revista del
consumidor
UNA PUBLICACIÓN DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR • NÚM. 173 • JULIO DE 1991 • MÉXICO, EJEMPLAR 2,500 PESOS

PRECIO PACTO

ISSN 0185-8874

Conozca los útiles que sí pasan las pruebas

PRUEBAS DE CALIDAD
ÚTILES ESCOLARES

Lo que todo turista debe saber...

En bronceadores

¡No se queme!

7 509997 078342 07

SUMARIO

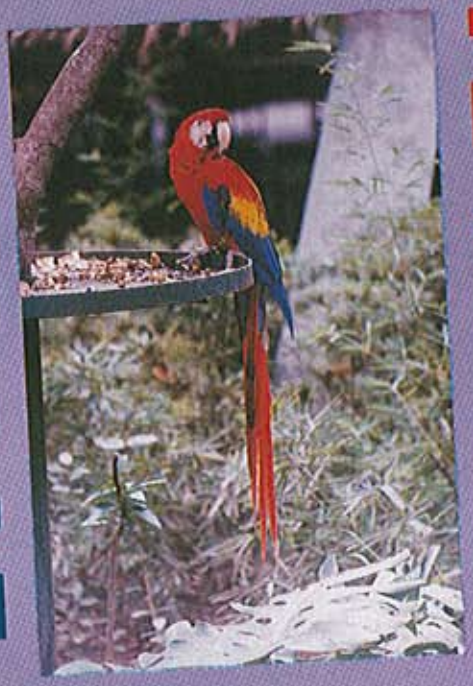
EDITORIAL
Las nuevas etapas del Tratado de Libre Comercio
1

BUZON DEL CONSUMIDOR
Cero y van muchas irregularidades
Denuncias y propuestas
2

TEMA DEL MES
Guía para el buen turista
4

Cómo contratar con una agencia de viajes
7

¡Que se lo lleve el tren...!
10



LA ENTREVISTA DEL MES
Tiempo de cine
12

PRUEBAS DE CALIDAD
¡Conozca los útiles que sí pasan todas las pruebas!
I

CAMPAÑAS DEL INCO
En escuelas particulares: ¡No permita abusos!
17

Ni al sol ni a la muerte hay que mirar de frente
19

EL CONSUMO EN LOS ESTADOS
¡Salvemos a la fauna!
21

QUE HAY DETRAS DE...
De bronceadores y "quemones"
25

Cómo elegir una carrera
28

LOS LIBROS DEL CONSUMIDOR
Ver, pero también leer
32

Premio Tierra Unida

Estímulo a la conciencia ecológica

El pasado mes de junio, el premio Tierra Unida - Naciones Unidas 1991 fue otorgado al Presidente de nuestro país, Carlos Salinas de Gortari, como un reconocimiento a la labor en pro del medio ambiente que ha encabezado principalmente en la capital de la república.

Entre los motivos del galardón otorgado a nuestro primer mandatario por "su liderazgo en materia de preservación ambiental", se encuentran las disposiciones para introducir gasolina sin plomo en todo el país, el programa **Hoy no circula**, el reemplazo de más de 3 mil 500 autobuses de servicio público que contaminaban en el D.F., el cierre de la Refinería Azcapotzalco, las medidas de protección de especies marinas, particularmente de las tortugas en el Océano Pacífico y la creación del primer santuario continental para la protección de la paloma blanca.

La distinción que hizo ese organismo de Naciones Unidas al jefe del Ejecutivo, es extensiva al conjunto de la sociedad civil mexicana y constituye un estímulo a la conciencia ecológica que hemos traducido en acciones para la preservación del medio ambiente.

Sin duda, nuestros hábitos de consumo influyen directamente sobre el ecosistema. Como consumidores podemos contribuir con la bandera ecologista de evitar adquirir aquellos productos caracterizados por el "úsese y tírese". Participar individual y colectivamente de una cultura que se oponga radicalmente al modelo de una "sociedad del desperdicio", es quizá una de las tareas más nobles que podemos emprender.

revista del
consumidor

Directora:
Margarita Ortega Villa de Romo

Editor: Marco Antonio López Gallo; Subdirector de Publicaciones: Oscar Romero Rojas; Jefe del Departamento Editorial: Carlo López Arjona; Jefe de Información: Juan Pedro Labastida; Jefa de Redacción: Dora Torres Ponce; Reporteros: Amalia Beltrán, Patricia Briseño, Sandra García, Graciela Muñoz, Miguel Prieto, Guillermo Torales, Rodolfo Valadez; Corrección: Cristina Rodríguez, Leticia Muñoz.

Jefe del Depto. de Diseño: Alejandro Lobato R.; Coordinación de Diseño: Dolores Ramírez; Diseñadores: Francisco Alatriste, Pedro Castellanos, Ivonne Gris Kirsch, Víctor Gutiérrez, Francisco Hernández, Mónica Iglesias, Fernando Rodríguez; Apoyo Informático: Sandra Salgado, Ma. del Rosario Maturin; Tipografía: Ana S. Chio, Elisa Márquez; Fotógrafos: Raquel Chávez, Gilberto García, Felipe Ramírez, Patricia Aridjis.

Ilustradores: Alfonso Orvañanos, Pedro Zamora, Víctor Gatell e Ismael García.

Apoyo de las Subdirecciones: Estudios Socioeconómicos, Investigaciones de Laboratorio; y de los Departamentos: Bioquímica, Ingeniería, Estudios Económicos, Análisis sobre Comunicación, Encuestas sobre el Consumo, Documentación e Información y Derechos del Consumidor.

Teléfono de la revista: 559-73-77 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor, en Insurgentes Sur núm. 1228, 5o. piso, c.p. 03210, o al A.P. 20600, México, D.F.

INSTITUTO NACIONAL
DEL CONSUMIDOR

Directora General:
Margarita Ortega Villa de Romo

Direcciones: Investigación, Antonio Meza; Difusión, Marco Antonio López Gallo; Desarrollo Regional, Lamberto López; Extensión, Víctor M. Priego; Administración y Finanzas, Elvia Torres V.; Radio y Televisión, Martha Susana Ruiz; Planeación, Narciso Acevedo Valenzuela; Subdirección de Divulgación, Ma. Teresa Chávez; Subdirección de Publicaciones, Oscar Romero Rojas; Contraloría Interna, Elizabeth Huerta; Asesor Legal, César Garizurieta V.

CerO y van muchas irregularidades

Revista del Consumidor:

Ante la imposibilidad de solucionar mi problema, me veo en la necesidad de solicitar su ayuda a fin de que me asesoren.

El día 11 de enero del año en curso me presenté en el taller mecánico **Sumosa**, con la finalidad de que repararan mi automóvil dañado durante un accidente.

Los empleados prometieron entregarlo en un lapso de tres semanas, sin embargo no cumplieron su compromiso, y me pidieron que regresara días después.

Al insistir más de siete ocasiones y ante mi reclamo, recibí el coche, pero en pésimas condiciones, pues no tenía el compresor del aire acondicionado y me faltaba herramienta (la llave "L"); el motor se calentaba excesivamente y el radiador expulsaba agua y vapor. Reconozco que cometí un error al no efectuar un inventario de todos estos objetos antes de llevarlo a reparación. Ahora me doy cuenta que ingenuamente creí saber con quién trataba. No obstante, nuevamente fui al taller **Sumosa** y dejé mi auto. Dos semanas después me enteré de que mi coche estaba en otro taller mecánico y en las anteriores condiciones.

Les agradezco su atención y les pido me orienten por favor.

Atentamente,
Ing. Henry Bateman Salas
Apartado Postal 22-115
c.p. 14000
México, D.F.

Estimado ingeniero Bateman:

En respuesta a su carta enviada al Instituto Nacional del Consumidor, le informamos que de conformidad con el artículo 41 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC): "Quienes presten servicio de acondicionamiento, reparación, limpieza o cualquier otro similar, deberán indemnizar al consumidor si por deficiencia del servicio el bien se pierde o sufre tal deterioro que resulte total o parcialmente inapropiado para el uso a que esté destinado".

Asimismo, el artículo 52 de la misma ley precisa que "todo proveedor de bienes o servicios está obligado a respetar los precios, intereses, cargos, términos, plazos, fechas y demás circunstancias conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido originalmente con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio".

Además, si le instalaron a su auto piezas usadas, usted puede hacer valer lo dispuesto en el artículo 39 de la LFPC, que condena este tipo de acciones sin previa autorización del dueño y castiga al proveedor con una sanción que obliga a reparar, sin cargo adicional, las partes y refacciones de que se trate.

No lo piense más, acuda a la Procuraduría Federal del Consumidor y haga valer sus derechos. Le informamos que el INCO ya turnó su queja a la Profeco.

Denuncias y propuestas

Revista del Consumidor:

Maltrato, abuso y prepotencia tenemos que sufrir los consumidores por parte de los distribuidores de gas. Un ejemplo de ello son las anomalías que padecemos todos los vecinos de la colonia Pantitlán, a quienes la compañía de gas **Flama Azul** nos vende el cilindro de 20 kilogramos en 11 mil pesos -casi un día de salario mínimo vigente en el Distrito Federal-, en mal estado y con evidentes fugas de gas. Situación que no sólo pone en peligro la vida del propietario sino también a los vecinos.

No obstante, al comentarles a los empleados de las gaseras estas deficiencias, lo único que recibimos son insultos, amenazas y risas burlonas.

Además de lo anterior, aprovecho la ocasión para sugerirles a las autoridades encargadas de regular el suministro de gas que exijan a todas las compañías, la venta de tanques con llave de seguridad, ya que de esta forma se pueden evitar infinidad de accidentes. Igualmente, considero de gran importancia señalar el precio vigente en la parte exterior del cilindro, para evitar abusos como los que suele cometer la compañía **Flama Azul**, ubicada en Oriente 171, núm 316, D.F.

Atentamente
Abraham Abrego Alvarado
Unión núm. 353, colonia Pantitlán
Iztacalco, c.p. 08100, México, D.F.

Señor Abrego Alvarado:

Agradecemos los comentarios expresados en su carta y al mismo tiempo nos permitimos comunicarle las observaciones que sobre el tema realiza nuestro Departamento de Derechos del Consumidor.

En este caso, el proveedor viola el precio máximo autorizado, ya que el costo de un tanque de gas del peso que usted menciona es de 8 mil 500 pesos. Por esta razón, usted puede hacer válido el artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que señala: "Cualquier persona tiene derecho a demandar ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), las violaciones a los precios y tarifas ofrecidas al público, incluyendo los artículos sujetos a control oficial"; y el apartado 30 de la misma ley, otorga al consumidor el derecho a recuperar el dinero que haya pagado en exceso del precio legalmente autorizado.

Como podemos ver, la empresa **Flama Azul** no respetó lo dispuesto en el Reglamento de la Distribución de Gas que establece la obligación y compromiso por parte de las empresas y del personal encargado del manejo y reparto, para su mejor conservación y seguridad.

Asimismo, le informamos que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Secretaría de Salud tienen a su cargo la supervisión y la facultad de inspeccionar el estado de los recipientes, además de disponer el retiro de los mismos cuando no satisfagan las condiciones de seguridad.

Respecto a su propuesta, hacemos de su conocimiento que de conformidad con la norma oficial mexicana correspondiente, las válvulas de los recipientes para contener gas -también conocidas como "llaves"- deben constar de un mecanismo que indique en forma permanente, las palabras "abrir" y "cerrar" con una flecha que señale el sentido de la operación.

Por lo anterior, lo invitamos a que acuda a la Profeco, ubicada en Dr. Navarro núm. 210, P.B., colonia Doctores, cerca del metro Niños Héroes. No olvide llevar una identificación personal. De cualquier forma, el INCO ya turnó su queja a la Profeco.

Fe de erratas

Ofrecemos disculpas a quienes hayan sido afectados por las siguientes erratas:

- Revista de junio (núm. 172), página VII, columna 1, línea I.

Dice:
Mexicana, D'Gari, Líder y
Debe decir:
Mexicana, Líder y
Página IX (tabla), marca **D'GARI**
Dice:
200 (contenido neto declarado)
Debe decir:
170
Dice:
80 (evaluación global de calidad)
Debe decir:
85

- Revista de marzo (núm. 169), pág. 8, 3a. columna, línea 38.

Dice:
Fernando Aura
Debe decir:
Alfonso Arau

Un paseo por sus derechos

Lo que el buen turista debe saber

Conózca sus derechos y evítese problemas.

Cierto es que salir de vacaciones puede ser una "aventura inolvidable", aunque no siempre en el buen sentido de la frase. Por ello, es necesario saber cuáles son las obligaciones de los prestadores de servicios y cuáles nuestros derechos como consumidores.

¿Problemas con el hospedaje?

Si en su proximo viaje contrata los servicios de un inmueble que ofrece alojamiento, como hotel, motel, albergue, habitación con sistema de tiempo compartido o de operación hotelera, *suite*, villa o *bungalow*, exhacienda o construcción con valor histórico donde se proporcione el servicio de hospedaje, complejo turístico y demás establecimientos de alojamiento (ya sea categoría económica, de 1 a 5 estrellas, Gran Turismo o Especial), usted debe conocer cuáles son sus derechos como consumidor y las obligaciones del prestador de este tipo de servicios.

Tarifas

- La Secretaría de Turismo es el organismo encargado de autorizar las tarifas, las cuales deberán ser en moneda nacional, por día y sin considerar servicios complementarios.

- Éstas se exhibirán claramente a los usuarios en el área de recepción o acceso.

- La persona que contrate en forma individual el alojamiento, deberá ser informada, al momento de su admisión y registro, de la tarifa que debe cubrir.

Reservaciones

Las reservaciones pagadas en su totalidad deberán ser respetadas por el proveedor; de no ser así, se efectuará el ajuste correspondiente cuando el servicio sea prestado, de conformidad con la tarifa que se encuentre vigente.

- Las reservaciones confirmadas por escrito deberán ser respetadas en los términos acordados.

Comprobante de pago

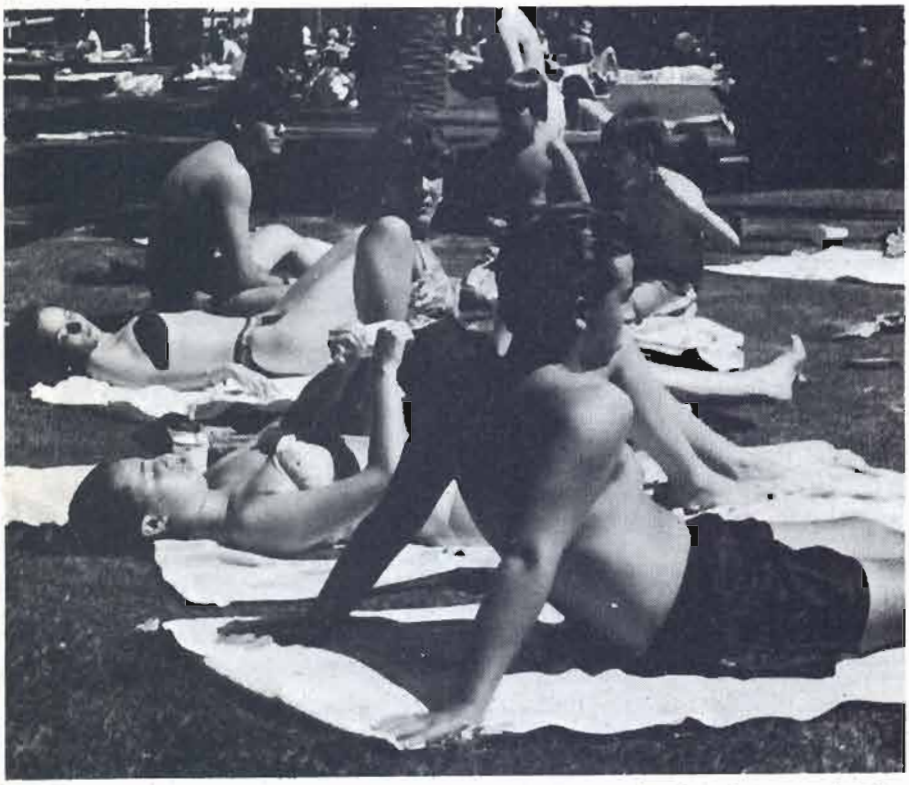
En las reservaciones y la prestación del servicio, se extenderán recibos y facturas, respectivamente.

Reglamento Interno de Establecimientos de Hospedaje

Deberá existir uno en cada habitación y estará registrado ante la Secretaría de Turismo.

Libro de registro, quejas y sugerencias

- Debe estar a disposición de los usuarios.
- Foliado.
- Registrado por Sectur.
- Debe incluir un instructivo en el que se indique cómo utilizarlo.



Extienda sus derechos y descanse sobre ellos.

¿Dónde quejarse?

- Se podrán presentar las quejas ante la delegación estatal de la Secretaría de Turismo correspondiente a su entidad.

- Para la ciudad de México, diríjase al Departamento de Quejas y Conciliación de Sectur, ubicado en Presidente Masaryk núm. 172, 2° piso, Col. Polanco, México, D. F.; teléfonos: 250-62-30 y 250-85-55

¡Buen provecho con sus derechos!

A manera de aperitivo, nos permitimos ofrecerle la siguiente información sobre la lista de obligaciones que deben cumplir los prestadores de servicio de restaurantes, cafeterías y similares:

- Exhibir en lugar visible y en la entrada del establecimiento, la lista de precios autorizados.

- Conservar las instalaciones y equipo en buen estado y óptimas condiciones de higiene.

- Cumplir con las reservaciones aceptadas.

- Entregar comprobante o notas de consumo.

- Abstenerse de llevar a cabo prácticas discriminatorias por razón de sexo, raza, condición social, nacionalidad y credo político o religioso.

- Respetar los precios autorizados por la Secretaría de Turismo.

Asimismo, para su mejor identificación, estos establecimientos cuentan con una simbología autorizada por la Secretaría de Turismo.

¿Dónde presentar sus quejas?

- Presente sus inconformidades ante la Secretaría de Turismo, o bien en la delegación que corresponda a su entidad.

- Si vive en la zona metropolitana y tiene dudas o desea asesoría jurídica respecto a este tipo de servicios, llame al 568-87-22.

Si de transporte foráneo se trata...

El servicio de transporte foráneo se clasifica en: primera de lujo, primera clase y segunda clase.

El prestador de este servicio debe observar las siguientes disposiciones:

Paradas intermedias

- En los servicios de primera de lujo y primera clase no se permiten paradas intermedias.

Pasajeros de pie

- En los servicios de primera de lujo y primera clase no se permiten pasajeros de pie.

- En el servicio de segunda clase, sólo se permite que viajen pasajeros de pie en un 20 por ciento de la capacidad del autobús.

Tarifas

- Las tarifas de este tipo de servicio deben estar autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y deben colocarse a la vista del público.

Dónde y cómo presentar sus quejas

Hoteles, Tiempos Compartidos, Agencias de Viajes, Guías de Turistas, Arrendadoras de Automóviles, Restaurantes y Bares, Transporte (terrestre y aéreo).

Si los proveedores del servicio han cometido sin perjuicio:

- Alteración de tarifas
- Cambio de itinerario
- Deficiencia en el servicio
- Incumplimiento en los contratos
- Ocultamiento de tarifas
- Cobro en moneda extranjera
- Condicionamiento del servicio
- Discriminación
- Falta de salubridad e higiene
- Malas condiciones de transporte
- Pérdida de equipaje y objetos
- No respetan las reservaciones
- Cancelaciones
- Publicidad engañosa.

Cualquier persona puede presentar sus quejas en las siguientes dependencias:

Secretaría de Turismo*: Presidente Masaryk núm. 172, 2° Piso, Col. Polanco. Tel: 250-85-55 ext. 107.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes*: Calzada de las Bombas núm. 411 Col. San Bartolo Coapa, a espaldas de la Alameda Sur. Tel: 671-23-55

Procuraduría Federal del Consumidor*: Dr. Navarro núm. 210, P.B. Col. Doctores. Tel: 761-38-11

Instituto Nacional del Consumidor*: Insurgentes Sur núm. 1228 P.B. Col. Tlacoquemécatl del Valle. Tel: 559-73-77 568-87-22 ext.293 y 298

Requisitos para interponer sus quejas

Las inconformidades pueden presentarse personalmente, por vía telefónica o por escrito, aportando los siguientes datos:

- Motivo de la queja
- Nombre y dirección del quejoso
- Nombre y dirección del prestador de servicios
- Dos copias fotostáticas del original de su factura, nota, contrato, etcétera
- Una identificación personal

En restaurantes y hoteles se cuenta con un libro de sugerencias y quejas en el que usted podrá anotar su inconformidad.

** En el interior de la república, presente sus quejas en la delegación correspondiente a su entidad.*

Contenido de los boletos

- Los prestadores de este servicio están obligados a entregar un boleto a todos los pasajeros a cambio del importe de su viaje.
- Los boletos deben contener los siguientes datos: fecha, número de asiento, clase, precio, punto de origen y destino, denominación de la empresa o persona que lo expida.

Seguro de vida

- Los pasajeros que utilicen este servicio tienen derecho a un seguro de viajero que otorgará el prestador, debiéndose especificar en el boleto de viaje.

Equipaje

- Los usuarios tienen derecho a llevar consigo bultos que no ocasionen molestias o daños a los demás pasajeros.
- El equipaje admitido por boleto es de 25 kg., debiéndose expedir recibo por el mismo.
- En caso de pérdida o avería del equipaje documentado, el pasajero tiene derecho a exigir hasta una cantidad de 50 veces el salario mínimo general vigente en el D.F., siempre y cuando sea responsabilidad del transportista, o hasta el monto del valor declarado, cuando previamente lo hubiese asegurado con el prestador del servicio.

¿Quejas?

- En el interior de la república, deberá acudir a la delegación que corresponde a su entidad.
- Para la zona metropolitana, el usuario podrá presentar su queja en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ubicada en Calzada de las Bombas núm. 411, Col. San Bartolo Coapa; teléfono 671-23-55

Fuentes:
-Reglamento Interno de Establecimientos de Hospedaje,
-Campamentos y Paraderos de Casas Rodantes.
-Reglamento para el Servicio Público de Autotransporte Federal de Pasajeros.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.

Conozca sus derechos como turista

Cómo contratar con una agencia de viajes

Cuando llegan las vacaciones o tenemos la necesidad de viajar, generalmente recurrimos a los servicios que nos brindan las agencias de viajes. Éstas nos ahorran la molestia de acudir personalmente a las centrales camioneras o a las líneas aéreas para comprar los boletos, o llamar a los hoteles y hacer las reservaciones. Pero así como nos evitan esas molestias, también nos pueden ocasionar dolores de cabeza por el mismo "boleto".

Los informes más recientes de la Procuraduría Federal del Consumidor, registraron en todo el país 316 quejas en el periodo de un año en contra de las agencias de viajes. Entre las principales irregularidades observadas por los consumidores, destacaron las siguientes:

-No se respetaron las reservaciones acordadas.
-Incumplimiento en los términos del contrato.
-Cobros diferentes a los establecidos originalmente.
-Negativa de rescindir el contrato.
-Empleo de publicidad engañosa o tendenciosa.

De acuerdo con el artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, "todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los precios, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, reservaciones y demás circunstancias conforme a las cuales se hubiere ofrecido, obligado o convenido originalmente con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.

"Cualquier persona tiene derecho a denunciar ante la Procuraduría Federal del Consumidor, las violaciones a los precios o tarifas ofrecidos al público, incluyendo los artículos sujetos a control oficial".

¡ALTO!
SUSCRÍBASE
PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MEXICO, D. F.
EL PORTE SERA PAGADO POR
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
ADMINISTRACION DE CORREOS No. 44
C.P. 03100 MEXICO, D. F.
CORRESPONDENCIA CON DERECHOS
POR COBRAR SOLAMENTE
SERVICIO NACIONAL
SUPERFICIE
DOBLE ENGOME Y PEGUE
DOBLE ENGOME Y PEGUE
DOBLE ENGOME Y PEGUE

revista del
consumidor

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE
NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____
DIRECCIÓN _____
COLONIA _____ CP _____ TELÉFONO _____
DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____
ESTADO _____

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIONES ☐

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO $ 25,000.00 (VEINTICINCO MIL PESOS)
POR UN SEMESTRE $ 12,500.00 (DOCE MIL QUINIENTOS PESOS) ☐☐ A NOMBRE DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ o CHEQUE ☐ No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONO 598-67-81, O ACUDA DIRECTAMENTE A PERUGINO NÚM. 18
COLONIA NOCHE BUENA, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F. C.P. 03740.

TARIFA PROMOCIONAL
VIGENTE PARA 1991

¡Aproveche! reciba 12 y pague 10

12 REVISTAS X
25 MIL PESOS

INSERTE AQUÍ SU
FORMA DE PAGO

Un viaje a sus derechos

Amigo consumidor, si desea hacer uso de las agencias de viajes para contratar el servicio de itinerarios o recorridos, éstos tendrán que ofrecerse impresos, indicando los servicios, el precio total, condiciones de pago, anticipos o reembolsos, así como la vigencia del servicio; además deberán contener el número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo, el cual le proporciona la certeza de que los precios y tarifas han sido autorizados por la Secretaría de Turismo.

Las obligaciones de las agencias

Las agencias de viajes tienen la obligación de velar por los intereses y la seguridad de los turistas; tener las mejores condiciones de higiene y eficiencia en los locales, instalaciones y equipos que se ofrezcan; colocar en sus establecimientos los buzones de sugerencias, felicitaciones y quejas, de acuerdo a los lineamientos que fije la Secretaría de Turismo con apoyo de la ley.

Asimismo, dichos establecimientos deberán estar inscritos ante el Registro Nacional de Turismo, presentar la cédula turística a la vista del público y contar con la autorización de la Secretaría de Turismo en lo que se refiere a precios y tarifas.

Por otra parte, las actividades específicas que deben desempeñar las agencias de viajes son:

-Ser intermediarias entre los turistas y los prestadores de servicios turísticos y viceversa, y entre los mismos prestadores de servicios.

-Conseguir espacios en los medios de transporte y expedir boletos, cupones u órdenes de servicio.

-Reservar a los viajeros habitaciones y otros servicios turísticos como hospedaje en establecimientos, campamentos y paraderos de casas rodantes.

-Proporcionar el servicio de reservaciones y adquisición de boletos

para espectáculos públicos y sitios de atracción turística.

-Organizar, intervenir o comercializar viajes y excursiones, ya sea al interior del territorio nacional, o bien, en el extranjero.

Cobros anticipados y cancelaciones

Las agencias de viajes podrán cobrar a los turistas, por cualquier tipo de viaje o excursión, anticipos sobre los servicios, pago que será comprobado con un recibo. Si se paga su totalidad, deberá entregarse la factura correspondiente.

Cuando el turista ya no desee el viaje o excursión en "paquete", la agencia le reembolsará la cantidad recibida con anterioridad (el pago parcial o total, según sea el caso), deduciendo solamente los gastos efectuados por la agencia.

En los casos de cancelación por parte de la agencia, ésta quedará obligada a reembolsar la totalidad de los anticipos o pagos efectuados.

La del "estribo"

En caso de que usted considere que no ha recibido un servicio de la agencia de viajes en términos de lo pactado, podrá presentar su inconformidad ante la Secretaría de Turismo o hacerla constar en el Registro de Quejas y Sugerencias que toda agencia de viajes debe presentar a la vista del consumidor.

Si usted toma en cuenta las sugerencias antes mencionadas, podrá hacer valer sus derechos en cualquier situación que se le presente. Pero sobre todo, hará de sus próximas vacaciones la feliz realización de un merecido descanso. ¡Buena suerte!

Graciela Muñoz

Fuentes: *-Ley Federal de Turismo.*
-Procuraduría Federal del Consumidor.
-Secretaría de Turismo.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.

¿De a cómo y a dónde?

¡Que se lo lleve el tren!

Para viajar se necesita algo más que un transporte. Dirá usted que nos ponemos exigentes, pero cuando de viajar se trata, lo que uno busca, sobre todo, es un servicio cómodo, seguro y barato. Algo así como el que brinda el ferrocarril; ese armatoste que ha sabido deslizarse en forma ininterrumpida y veloz sobre los rieles de la historia de México, tal y como el viajero se lo merece.

Si un consumidor decide viajar en tren es seguro que sus bolsillos no se verán en aprietos, debido a que Ferrocarriles Nacionales de México (FNM) busca adaptarse a la capacidad económica de la población. Por ello, ofrece el servicio de primera y segunda clase general: un servicio sencillo, con corridas a poblados, rancherías y ciudades como Muñoz y Españita, en el estado de Tlaxcala; Cuernavaca u Otumba, en el Estado de México. El modesto precio del boleto corresponde a las condiciones en las que se viaja.

Pero FNM también toma en cuenta al viajero exigente, que gusta de un servicio cómodo y sin contratiempos; para ellos existe la primera regular y la primera especial numerada; esta última con asientos reclinables, pasillos alfombrados y servicio de refrigerio si el viaje es corto; o carro comedor, si el itinerario es largo.

Asimismo, el **Servicio Estrella** también cuenta con pequeños camarotes para el consumidor que desea viajar en privado. Dicho apartado está habilitado con un diván que funciona como cama y asiento; además, tiene baño, lavabo y guardarropa; el camarín puede ser individual o familiar.

Este servicio se caracteriza por haber bautizado a cada ruta con nombres que obedecen al gentilicio de la entidad más representativa de su ruta; de tal manera tenemos, por ejemplo, al "Oaxaqueño" cuya tarifa para el servicio de primera regular es de 14 mil 500 pesos; en primera especial, 37 mil 700; y camarín, 93 mil 400. En el "Regiomontano", cuyo destino final es la ciudad de Monterrey, el precio por viaje es de 63 mil pesos en primera especial; 122 mil 200 en camarín; y 244 mil 400 en alcoba. En el "Jarocho" el costo en primera regular es de 13 mil; primera especial, 30 mil; camarín, 49 mil 200; y alcoba para dos personas, 98 mil 300. Otros trenes son el "Coahuilense", el "Colimense", el "Tamaulipeco", el "Zacatecano", el "Purépecha", el "Constitucionalista" o "División del Norte", si el trayecto es México-Querétaro-Aguascalientes-Zacatecas-Chihuahua-Ciudad Juárez.

Como se podrá dar cuenta, el servicio de ferrocarril es una buena opción para llegar a diferentes entidades de la República Mexicana. Aproveche las facilidades y oportunidades que este férreo transporte le ofrece, mientras observa a través de la ventanilla los caminos y veredas que conducen a todos y cada uno de los bellos rincones de nuestro país. Usted decide si se lo lleva el tren...

Patricia Briseño

Fuente: Gerencia de Pasajeros de Ferrocarriles Nacionales de México.

Por los caminos del riel

En la estación Buenavista de la ciudad de México, el tren **53** de segunda clase general tiene salidas los domingos rumbo a Uruapan, Michoacán. Es toda una tradición que en las ocho paradas que realiza a lo largo de su ruta, hombres y mujeres de todas las edades suban y bajen vendiendo una gran variedad de antojitos.

Este domingo no es como cualquier otro viaje, pues se festeja al santo patrono de una pequeña localidad cercana a Acámbaro. Y, es por esa razón que el tren se ha vestido de manteles largos.

Al llegar el **53**, más tarda en parar que en ser invadido por una veintena de vendedores cargados de canastas, costales, cubetas, cajas y bolsas donde guardan diversas mercancías. En un abrir y cerrar de ojos, mujeres de rebozo y mandil de cuadritos, acompañadas de hombres con sombrero de paja, se apropian del angosto pasillo del carro de pasajeros.

Dos mujeres llevan tamales en una canasta de mimbre, celosamente envueltos en servilletas bordadas con alegres colores y con frases como "Seré siempre tuya", "Te amo", "Te adoro"... Por la otra puerta entran dos señores; uno ofrece café de Córdoba con canela y pan de nata; y el otro, tacos de molleja y patas de pollo; en tanto, una mujer, con varias monedas en la mano, se persigna por la primera venta del día.

En pleno negocio, un "garrotero" trae en hombros una cubeta llena de refrescos; una y otra vez pasa empujando a todos. Desaparece unos minutos y vuelve a aparecer, pero ahora ofreciendo charamuscas, churros, gaznates, galletas y limones con coco. Pero su venta tiene poco éxito porque detrás de él, dos jovencitas de anchas caderas que cargan cazuelas de mole y pollo, le impiden el paso.

Conforme pasa el tiempo, la gente se da cuenta de que los 20 minutos han pasado y el tren continúa parado; nadie sabe cuánto tiempo tardará en reiniciar su marcha; no obstante, no hay protestas porque en un tren como el **53**, el tiempo no tiene medida y aunque pasen mil años se seguirán observando escenas populares convertidas en tradición.

Días difíciles:

Tiempos de cine

La **Revista del Consumidor** toma asiento en una butaca de la primera fila. Las luces de la sala se apagan una tras otra y el telón se recorre. Comienza la función y en la pantalla aparecen seis interrogantes: ¿En qué condiciones se encuentra actualmente el cine mexicano?, ¿qué tipo de consumidor asiste al cine?, ¿existe una crisis en la producción y exhibición cinematográficas que ha propiciado el alejamiento del espectador?, ¿la llegada del video ha cambiado nuestros hábitos de consumo?, ¿qué circunstancias han hecho tambalear al cine como opción para disfrutar el tiempo libre?, ¿qué obstáculos deben sortearse para mantener y fortalecer el consumo de una producción cinematográfica de calidad?

Gran angular: El mil usos

Tradicionalmente, la industria fílmica nacional se ha caracterizado por la producción de películas de baja calidad, con las debidas excepciones que confirman la regla. Ésta es la opinión que da a la **Revista del Consumidor** Emilio García Riera, historiador y director del Centro de Investigaciones y Enseñanza Cinematográfica (CIEC), de la Universidad de Guadalajara. El entrevistado agrega que "existen en el contexto nacional dos tipos de cine: el comercial -lépero, grosero y malo-, que se exhibe en mayor cantidad; y el artístico, que a pesar de ser bueno, paradójicamente es minoritario".

Desde esta perspectiva, "un amplio sector del público le ha dado la espalda al cine y, de manera especial, a las producciones nacionales; sin embargo, el pueblo mexicano -el desprotegido económica, social y culturalmente- sigue acudiendo a ver producciones mexicanas".

Este es el punto de vista de Andrés de Luna, investigador del área de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco y colaborador en *La Jornada Semanal* y en la sección cultural de la revista *Play Boy*, quien explica: "También hay que tomar en cuenta que el público que ve cine mexicano, no es representativo de toda la población; quizá satisfaga en cierta medida a un sector proletarizado. En este sentido, se puede decir que a esos grupos los complace este tipo de producciones, así como los podría satisfacer otra cosa. Son espectadores bastante numerosos, poco exigentes y acríticos".

Gustavo García: nuestra crisis ya es mal permanente.

Efectivamente, "hay muchos tipos de público -coincide el director del CIEC, García Riera-, y pensar lo contrario sería suponer que existe un sólo público para la música: la misma persona que escucha una sinfonía de Mozart, estaría obligada a escuchar también a Daniela Romo. Todos tienen derecho a ver las películas que más les agraden, desde el cine pornográfico de ficheras, hasta el más cerebral. Es por eso que el cine mexicano del albur, del sexo grosero, del narcotráfico, de pésima calidad, tiene

un público; y como consumidores, todos tienen derecho a ver esa clase de producciones".

Panorámica: "Más buenas que el pan"

La industria nacional del celuloide se caracteriza por la elaboración masiva de películas de mala calidad, dirigidas a un público cautivo que paulatinamente disminuye. Para Gustavo García, director de la revista *Intolerancia*, crítico de cine y titular de la cátedra "Técnicas de Información por Cine", de la UNAM, la problemática del cine nacional ya es un mal permanente.

"¿Crisis? -se pregunta Gustavo García-, ¡madres!; esto es una situación característica de nuestro cine; ¡estamos hablando de casi 40 años de crisis! El cine es malo del mismo modo que las chanclas de hule mexicanas son malas. Fuimos buenos, pero ya no. ¿De dónde salen ahora los actores? Para eso hay que rastrear las telenovelas y dime si 'La Pelangocha' va a ser la sucesora de Blanca Estela Pavón o si Ortíz de Pinedo la va 'a pegar'... Han pasado al cine y se regresan inmediatamente a la televisión".

Si tomamos en cuenta que el cine de arte es industria y espectáculo al mismo tiempo, a través del cual se difunden masivamente los valores culturales de una sociedad, es fundamental, por ese motivo, la intervención del Estado. Pero, ¿qué ha pasado en realidad?

Para el director de *Intolerancia*, "el cine mexicano sufre, desde hace un par de décadas, una retracción de la intervención gubernamental, y eso es importante porque durante los tres últimos sexenios, el financiamiento del Estado se ha establecido como la única alternativa de producción, distribución y fuente de trabajo de los nuevos cineastas.

"El año pasado -continúa el catedrático de la UNAM-, las cuentas salen distintas; el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) mete su logo en películas que no produce, como es el caso de 'Cabeza de Vaca' o 'Lola', en las que el capital proviene de otra parte.

"Por otro lado, la industria privada no ha crecido. No han tenido mayores éxitos que 'Rojo Amanecer'. Todas las corrientes temáticas del cine privado se han agotado; ahora no se producen con tanta frecuencia películas de ficheras, ni películas de albureros e

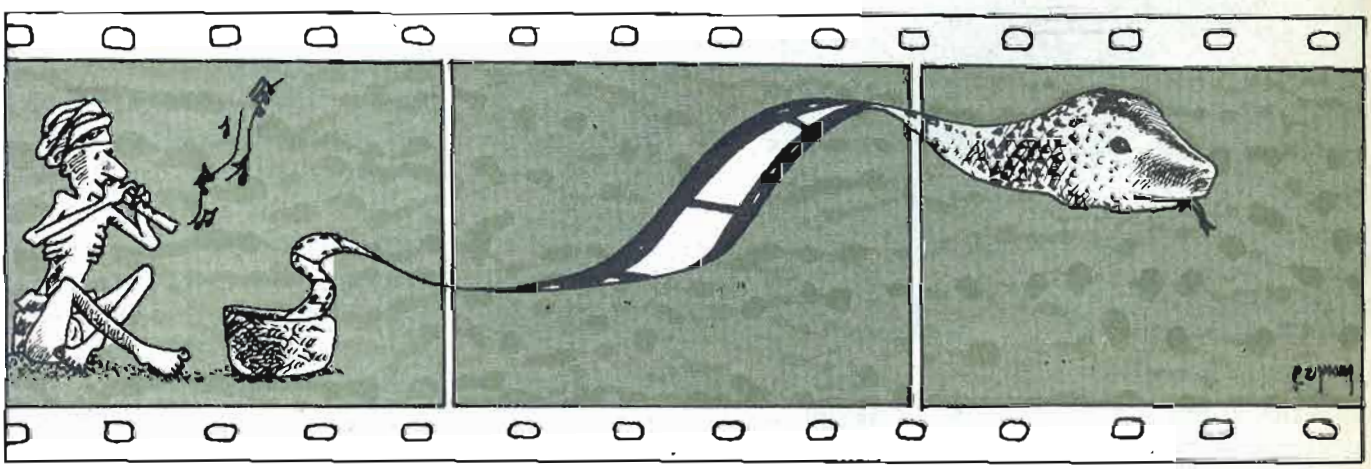
incluso los cómicos ya están cansados, ya se les 'acabó la cuerda' junto con sus chistes; los viejos 'galanes' ya están arrugados; Chente Fernández o los hermanos Almada son actores que nunca han evolucionado".

Plano americano: Los Olvidados

Las causas de la crisis en la que está sumergido el cine nacional son múltiples. En opinión de Andrés de Luna, "una de ellas es que la clase media fue capturada por otro tipo de ofertas expresivas, como las telenovelas, que casi de inmediato aparecieron en la televisión mexicana y fueron aceptadas. Este tipo de alternativas acabaron finalmente con el espectador cinematográfico.

"Cabe destacar que en la actualidad resulta incosteable realizar cualquier película. A veces hay que ajustarse a esquemas muy 'sobados', bastante previsibles; es por eso que las producciones más interesantes derivan de realizaciones estudiantiles-universitarias, o con el apoyo de capital extranjero".

Al respecto, Gustavo García apunta: "No se les paga lo suficiente a los guionistas ni a los directores; no se invierte en la película para que tenga una mínima coherencia y se sabe de antemano lo que va a ocurrir. En el cine nacional, el sonido está siempre en primer plano, porque el técnico de audio mete todo en primer plano y no va a estar controlando la consola de niveles cuando no se le paga lo suficiente. También la fotografía es planísima, por eso toda la cinta presenta una iluminación similar. Los actores, por su parte, improvisan o dicen todo como va, sin darle el tono o la expresividad requeridos, porque no hubo ensayo. Y el guión es un costal de lugares comunes; y en los casos en que éste es bueno, la dirección falla: si en el guión leemos 'sufre', en la pantalla vemos unos lagrimones, música, *close up* (acercamiento) de las lágrimas, y la escena que debería durar tres segundos, dura cinco minutos, para que no quede duda de que el personaje está sufriendo".



Primer plano: El ángel subterráneo

Es inocultable la disminución del público que acude a las salas cinematográficas. Por eso han tratado de fomentar la concurrencia a éstas mediante boletos rebajados: dos por uno todos los miércoles.

"Esta táctica -señala Gustavo García-, surgió como una medida para evitar la ausencia de espectadores, por esa razón promovieron el famoso 'dos por uno' y les funcionó. Su política: es mejor tener la sala llena ganando como si tuvieran media, a tener la sala normal con cuatro gatos de espectadores.

"La exhibición en nuestro país es una de las más baratas a nivel mundial. Pero ésa no es justificación para que los exhibidores, que son los que menos invierten y los que más ganan, ni siquiera barran la sala y menos se preocupen por trapear los baños".

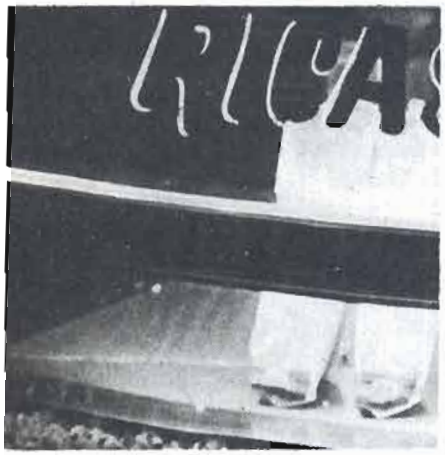
El resultado de las deficiencias en la realización y en la exhibición de cintas cinematográficas, es el alejamiento del espectador y la búsqueda de nuevas opciones, como el video.

Al respecto, Emilio García Riera comenta: "Es evidente que la crisis en las salas cinematográficas se ha acentuado con la aparición del video, aunque en el cine la imagen es más clara y el sonido más nítido.

A pesar de ello, creo que el video está ganando la partida; actualmente la gente duda en salir para ver una película porque es común que la exhibición sea desastrosa, los cines son malos, con locales inmundos, por eso prefieren quedarse en casa".

Pero este fenómeno no sólo resulta una manifestación social de descontento por parte del consumidor; también conlleva cuestiones culturales.

Para Andrés de Luna "la cultura contemporánea es inmovilista, porque la gran masa es inmóvil y no



le interesa la dinámica, no le interesa salir, ni comunicarse fuera de su 'madriguera'.

"Es obvio que el video cumple cabalmente con este encierro. Hay gente que renta 5 ó 6 películas y se pasa todo el fin de semana viéndolas, incluso, quizá haya visto algunas como: 'Indiana Jones', 'Batman', 'Dick Tracy' o 'Danza con Lobos'".

Plano medio: S.O.S. Vecinos al ataque

Nuestros entrevistados coinciden en que el cine que más se ve en México es el cine norteamericano. Las razones van desde la proximidad geográfica con los Estados Unidos, pasando por el gran capital que invierten en sus producciones, hasta la campaña publicitaria que rodea a cada película.

Acerca del cine italiano y francés, señala Andrés de Luna: "Lo que nos llega y que conocemos es la producción más comercial, y eso de manera ocasional. Algunas de las producciones extranjeras sólo se exhiben durante la Muestra Internacional de Cine y en el Foro Internacional de la Cineteca; si se proyectan posteriormente, unicamente se exhiben una semana en la capital y en el interior de la república es muy difícil que las conozcan".

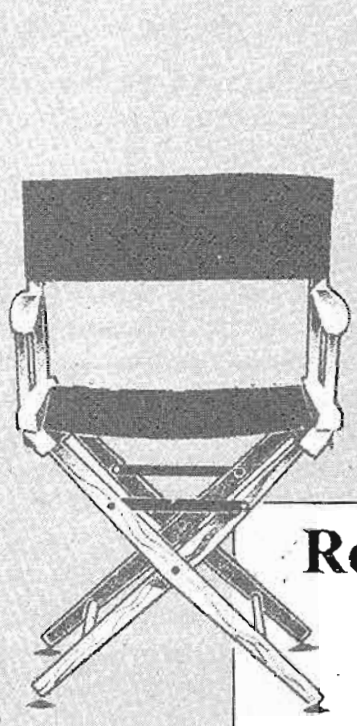
En el caso de los premios que otorgan a lo mejor de la producción cinematográfica de cada país, Emilio García Riera afirma categórico: "No le doy mucha importancia al Oscar ni a ningún otro premio. No revelan la naturaleza real del buen cine. Por ejemplo, el hecho de que en México no le hayan otorgado un Ariel a una película tan excepcional como 'Cabeza de Vaca', quiere decir que el valor de los premios es subjetivo y que no revelan con exactitud lo importante de una película".

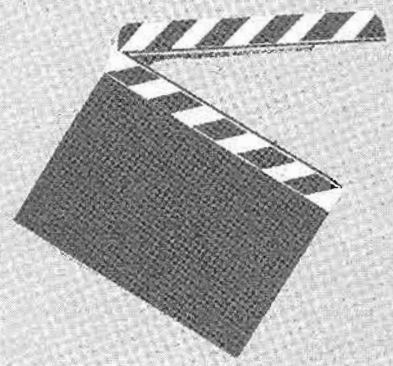
Acercamiento de detalle: Nocaut

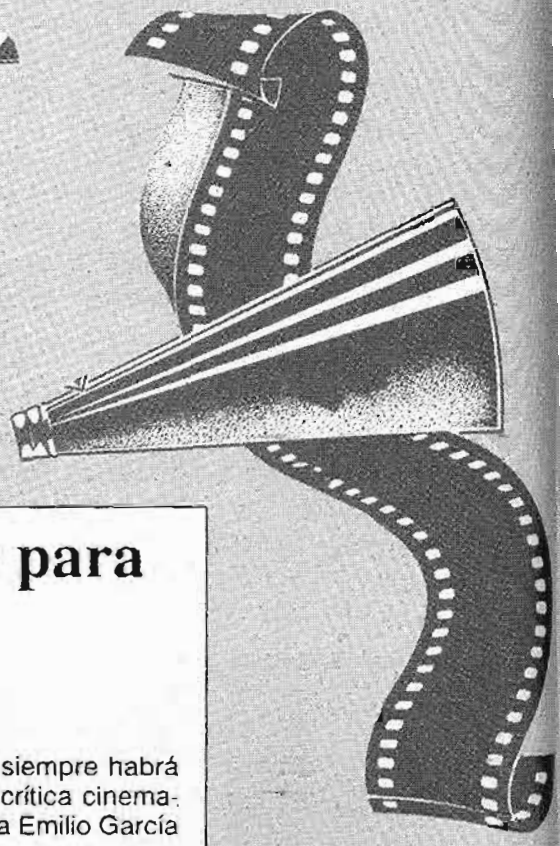
La película llega a su fin. El público cinéfilo está en peligro de desaparecer de las salas. Quizá sea como dice el escritor Fernando Curiel: "No debe acongojar al cine el estrellato de las telenovelas, videos caseros y *videoclips*. Las telenovelas mexicanas de los 80 son el cine nacional de antes de los 60; los videos caseros cumplen el sueño degradado del coleccionista de imágenes; los *videoclips* los inventó el Buñuel surrealista. Simplemente la verdad del cine debe sobrepasar, en el resurgimiento, a éstas sus creaciones".

Martín Luis Guzmán, espectador pionero en la apreciación del fenómeno cinematográfico, concluye que "el cine es una estética inherente a la acción. Así es. Inherente a la acción. Como el pensamiento crítico. Como la vida". Usted, ¿qué opina?

Miguel G. Prieto







Recomendaciones para ver cine

Para realizar el análisis de una película, siempre habrá opiniones diversas y esto se aprecia en la crítica cinematográfica de los expertos en cine; ya lo decía Emilio García Riera: "Hay cine para todos los gustos".

Sin embargo, creemos factible brindar al público una serie de elementos que le serán útiles para distinguir una película "buena" de otra que no lo es tanto.

Antes de asistir al cine tome en cuenta lo siguiente:

* Revise la cartelera cinematográfica, vea qué películas se exhiben y recuerde que con frecuencia, la película más promovida no es la mejor.

* Considere las críticas y sugerencias que los diarios y revistas publican acerca de las cintas de estreno, pues ahí encontrará un panorama más amplio de la película que ha decidido ver.

* Durante la exhibición, le sugerimos que observe con atención los elementos que componen una cinta cinematográfica, para que clasifique la calidad de la misma:

* Dirección: ¿Está bien narrada la película? ¿Tiene buen ritmo? ¿No dejó cabos sueltos en la narración?

* Escenografía: ¿La escenografía es acorde a la época y al lugar donde se desarrolla la trama?

* Musicalización: ¿Las melodías corresponden al contexto de la historia? ¿Se dosificó correctamente la música?

* Ambientación: la ambientación real o imaginaria, ¿es verosímil?

* Personajes: La actuación, ¿transmitió las emociones deseadas como dolor, enojo, tristeza, etcétera?

* Guión y argumento: ¿Está bien estructurada la historia? ¿Es apropiado el diálogo de cada personaje?

En escuelas particulares

¡No permita abusos!

A modo de "feliz despedida", muchas escuelas particulares suelen acompañar el fin del ciclo escolar con la noticia de un próximo aumento a las colegiaturas para el siguiente periodo. En ocasiones, los incrementos son muy elevados y, además, se realizan sin autorización de la Secretaría de Educación Pública. Por ello, es conveniente que los padres de familia conozcan sus derechos y los hagan valer. ¿Usted sabe cuáles son?

Lección uno: conozca sus derechos

"Ninguna escuela particular incorporada a la SEP puede aumentar las colegiaturas a su libre arbitrio; en caso de hacerlo, el consumidor debe denunciarla ante la Dirección General de Evaluación y de Incorporación y Revalidación, la cual depende de la Subsecretaría de Coordinación Educativa de la SEP, o en la Procuraduría Federal del Consumidor.

"En caso de corroborarse dicha anomalía, la institución será sancionada o, en su caso, retirado el permiso para continuar funcionado, de acuerdo con lo establecido en la Ley Federal de Educación", comenta a la **Revista del Consumidor** el profesor Jorge Vázquez Valerio, jefe de la Mesa de Escuelas Particulares de la Dirección núm. 4 de Educación Primaria en el Distrito Federal.

"En estos momentos -señala el maestro Vázquez Valerio-, todos los propietarios de escuelas particulares incorporadas a la SEP, tienen en sus manos la circular No. 002/91 que se refiere al aumento en inscripciones y colegiaturas. Este documento, emitido por la Dirección General de Evaluación y de Incorporación y Revalidación, informa lo siguiente:

Que las escuelas particulares no burlen sus derechos.

"C. Propietario o Representante Legal de la Institución Educativa: Con fecha 26 de febrero de 1991 el C. Subsecretario de Coordinación Educativa emitió el oficio SCE. I.91/059, en el cual se establecen disposiciones para la fijación de las cuotas de inscripción y colegiaturas para el ciclo escolar 1991-1992, que para su cumplimiento me permito transcribir a usted:

1. Los prestadores de servicios educativos deberán convenir con los padres de familia, asociaciones o grupos que representen a los usuarios, las cuotas de inscripción, colegiaturas y lapsos de vigencia, cuando menos 30 días antes de iniciarse el periodo de inscripciones y reinscripciones.

Esto deberá hacerse apegándose a las disposiciones vigentes, al Acuerdo de Concertación correspondiente que, en su caso, se celebre y a los lineamientos que se exponen a continuación:

2. Las cuotas de inscripción no deberán sobrepasar en ningún caso el monto de dos colegiaturas vigentes al mes de la inscripción.

3. El número y los montos de las colegiaturas mensuales deberán apegarse a los criterios que establezca la Subcomisión de Escuelas Particulares de la Comisión Nacional de Seguimiento y Evaluación del PECE.

4. Las escuelas que por su situación económica requieran un incremento mayor para no poner en riesgo la prestación del servicio, podrán presentar su caso a la Subcomisión de Escuelas Particulares de su respectivo estado, o a la Subcomisión Nacional, ubicada en el Distrito Federal.

5. Una vez establecidos, en los términos anteriores, los montos de inscripción, colegiaturas y el número de mensualidades a cobrar, no se podrán modificar durante el ciclo escolar 1991-1992, salvo acuerdo previo de la Subcomisión respectiva.

6. Cuando se soliciten cooperaciones extraordinarias o pagos por cualquier otro concepto, se observarán las disposiciones que se enumeran a continuación:

6.1 En ningún caso se entenderán como contraprestaciones del Servicio Educativo; serán voluntarias y no podrán referirse a aspectos que se encuentran incluidos en las actividades normales de la institución educativa.

6.2 Se someterán previamente a la consideración de los padres de familia o de las asociaciones o grupos que representen a los usuarios del servicio.

6.3 En cada solicitud de cooperación extraordinaria se expresará su finalidad y deberá mencionarse que es voluntaria.

6.4 Las aportaciones serán cobradas y ejercidas bajo la vigilancia de los padres de familia o de las asociaciones o grupos que representan a los usuarios.

En consecuencia, no deberán hacerse cobros por enseñanza u otras actividades especiales, cuando se impartan durante el horario normal de clases; tampoco se podrá cobrar por el uso, en el horario mencionado, de bibliotecas escolares y otras instalaciones, ni por los materiales y equipo de laboratorios y talleres, conceptos que deben estar incluidos en la inscripción y las mensualidades.

Las instituciones educativas podrán proporcionar libros y materiales didácticos, para uso individual y exclusivo de cada alumno, mediante un pago, siempre y cuando se especifiquen las características y precios de cada artículo y, además, los padres de familia o usuarios del servicio acepten voluntariamente la compra, y por lo tanto, tengan libertad de adquirirlos por otros medios.

7. Todas las escuelas particulares deberán informar a la Secretaría de Educación Pública o a las autoridades educativas de su respectivo estado, los montos de sus inscripciones, colegiaturas y demás aportaciones que por sus servicios cobren, para lo cual deben presentar los siguientes documentos: Convenios con los padres de familia, circulares de notificación y acuerdos de la Subcomisión de Escuelas Particulares.

La autoridades, en coordinación con las organizaciones representantes de escuelas, difundirán esta información entre los padres de familia o usuarios de los servicios para que conozcan con mayor precisión las opciones que tienen a su alcance.

En caso de faltar al cumplimiento de las disposiciones anteriores, la institución se hará acreedora a una sanción, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 69 y 70 de la Ley Federal de Educación y 53, 86, 87, 88 y 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Lección dos: actúe como buen consumidor

Los artículos ya señalados preven como sanciones: la imposición de multas, clausuras, arresto administrativo, cancelación o revocación de la concesión, licencia, permiso o autorización de funcionamiento a las instituciones educativas que funcionan en forma particular y que están incorporadas a la SEP.

La participación de los padres de familia en una escuela es fundamental, pues deben estar pendientes de que los propietarios de un colegio cumplan con lo dispuesto por las autoridades respectivas; asimismo, la Mesa Directiva es la representante legal de los padres de familia, por lo cual tiene la obligación de velar por sus intereses y los del alumnado, tomando en consideración la opinión de la mayoría de éstos.

En caso de que a su hijo le hayan notificado un incremento en la inscripción y colegiaturas, cerciórese de que se apegue a lo dispuesto por la Dirección General de Evaluación y de Incorporación y Revalidación. Si tiene alguna duda, diríjase a los miembros de la Asociación de Padres de Familia de su escuela o a la Procuraduría Federal del Consumidor, quien cuenta con un listado de las escuelas particulares y el monto autorizado para cada una de ellas.

No permita incrementos arbitrarios. Denúncielos ante las autoridades de la SEP o la Profeco.

Amalia Beltrán

Dónde y cómo ver el eclipse

Ni al sol ni a la muerte, hay que mirar de frente

Este 11 de julio se presentará un fenómeno natural que eclipsará cualquier otro suceso: un eclipse total de sol, en el que la sombra lunar tocará la superficie terrestre en un lugar del Océano Pacífico, al suroeste de las islas Hawai, a las 11 horas (hora central de México); más tarde, el fenómeno natural llegará al territorio de la República Mexicana; recorrerá América Central, Colombia y, finalmente, la sombra de la luna dejará de proyectarse sobre la tierra en la región central de Brasil a las 15 horas. Un recorrido de 15 mil kilómetros en casi tres horas y media.

El trayecto del eclipse por nuestro país iniciará su paso en Baja California Sur, a las 12 horas 46 minutos (hora central), y saldrá por el estado de Chiapas, aproximadamente a las 13 horas 45 minutos.

Dónde se podrá observar el eclipse

Habrá eclipse total de sol en Aguascalientes; La Paz, Baja California Sur; Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; D. F.; Iguala, Guerrero; León, Guanajuato; Pachuca, Hidalgo; Guadalajara, Jalisco; Toluca, Estado de México; Culiacán, Sinaloa; Morelia, Michoacán; Cuernavaca, Morelos; Tepic, Nayarit; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; Tlaxcala, Tlaxcala; y Orizaba, Veracruz. En el resto del territorio nacional se observará de manera parcial.

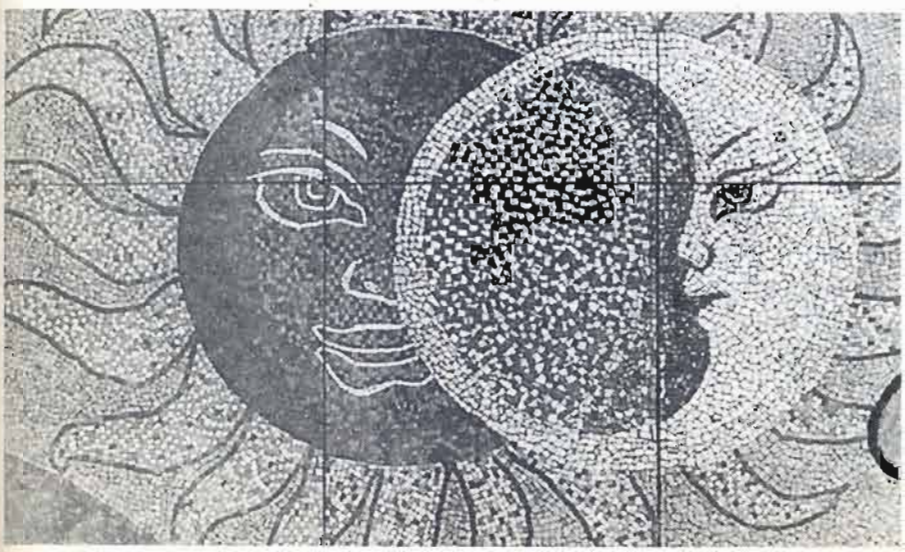
La totalidad del eclipse durará aproximadamente 7 minutos; en este lapso, el cielo se oscurecerá en pleno día, ocultándose el sol detrás de la luna; la temperatura descenderá y podrán apreciarse las estrellas y los planetas Mercurio, Venus, Marte y Júpiter; mientras en el horizonte brillará una tenue luz crepuscular.

En la tabla anexa se indica la hora en que iniciará y terminará el eclipse y los estados donde habrá oscuridad total.

"Aguas" con las lluvias

El eclipse tendrá lugar durante la temporada de lluvias, por lo que el Servicio Meteorológico Nacional y el Instituto de Astronomía de la UNAM, realizaron un análisis estadístico de las condiciones climáticas, como nubes, temperatura, precipitación e insolación, tomando en cuenta un periodo de 10 años, para hacer un cálculo de las condiciones de visibilidad que habrá el día 11 de julio, entre las 8 y las 15 horas.

Se compararon las imágenes del satélite meteorológico y se pudieron encontrar algunas regiones que tienen buenas probabilidades de cielo despejado: la región de Baja California Sur, las costas de



Nayarit, la zona del Bajío, entre Jalisco y Guanajuato; el estado de Morelos; la zona sur de la ciudad de México; y la región que abarca las costas de Oaxaca y Chiapas.

Aun cuando las condiciones climatológicas fuesen adversas para la observación directa del eclipse, durante la totalidad habrá una noche en pleno día.

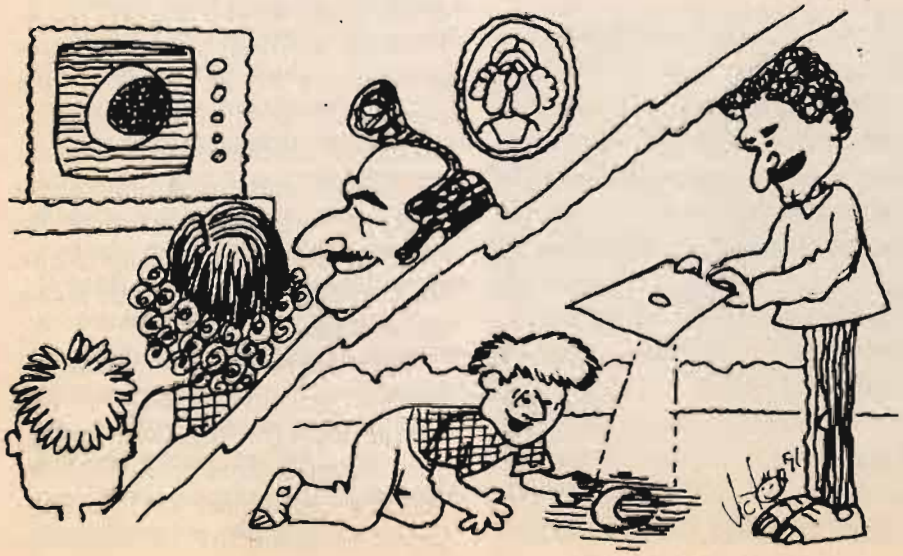
¡No vea el eclipse directamente! Puede quedar ciego

Debido a que nuestros ojos no toleran exposiciones prolongadas a fuentes intensas de luz, **NO** debe ver el eclipse en forma directa:

- No lo vea durante las fases de parcialidad.
- Por ningún motivo observe el fenómeno a través de métodos directos, como cualquier sistema de aumento (telescopios o binoculares).
- No intente observarlo sobre superficies altamente reflejantes, como espejos o superficies de agua (ríos, lagos, tinas, etcétera).
- Tampoco lo haga por medio de películas fotográficas o radiográficas, aun con múltiples capas.
- Ni utilice lentes para el sol.
- Evite verlo por orificios puntiformes en tarjetas o entre los dedos de la mano.
- Tampoco lo observe a través de bolsas de plástico negro o con globos inflables.

Circunstancias locales del eclipse para la República Mexicana (hora del centro)

	Inicia Parcial	Inicia Total	Máximo	Termina Total	Termina Parcial	Duración Total
	h m s	h m s	h m s	h m s	h m s	m
La Paz, B. C. S.	11 23 11	12 47 34	12 50 45	12 53 55	14 18 40	6.4
Tepic, Nay.	11 37 24	13 04 05	13 07 25	13 10 44	14 33 59	6.7
Guadalajara, Jal.	11 41 49	13 09 03	13 12 13	13 15 23	14 38 08	6.3
León, Gto.	11 45 55	13 13 01	13 15 54	13 18 46	14 40 39	5.8
Aguascalientes	11 47 47	13 11 54	13 13 25	13 14 57	14 38 21	3.1
Morelia, Mich.	11 48 28	13 15 49	13 18 59	13 22 08	14 43 44	6.3
Querétaro, Qro.	11 49 45	13 16 56	13 19 39	13 22 20	14 43 44	5.4
Toluca, Méx.	11 52 50	13 19 53	13 23 15	13 26 36	14 47 02	6.7
Cuernavaca, Mor.	11 54 20	13 21 29	13 24 47	13 28 03	14 48 19	6.6
México, D. F.	11 54 06	13 21 01	13 24 18	13 27 34	14 47 42	6.6
Iguala, Gro.	11 54 08	13 22 39	13 24 51	13 27 02	14 48 39	4.4
Pachuca, Hgo.	11 54 32	13 22 47	13 24 16	13 25 43	14 47 14	2.9
Tlaxcala, Tlax.	11 56 37	13 23 51	13 27 02	13 30 13	14 49 20	5.8
Puebla, Pue.	11 57 00	13 23 46	13 26 58	13 39 09	14 49 50	6.4
Orizaba, Ver.	12 00 09	13 27 12	13 29 49	13 32 26	14 51 50	5.2
Oaxaca, Oax.	12 03 09	13 30 31	13 33 17	13 36 02	14 55 10	5.5
Tuxtla Gutiérrez	12 13 11	13 39 47	13 41 31	13 43 14	15 00 42	3.5



La forma más segura de ver el eclipse es a través de métodos indirectos

La única forma mediante la cual puede observar el eclipse y que no implica riesgos para su vista, es a través de **métodos indirectos**, como los siguientes:

- Bajo la sombra de los árboles, donde podrán observarse en el suelo los reflejos en forma de "lunitas".
- Haciendo un orificio en una hoja de papel e interponiéndola entre el sol y el suelo, a una altura aproximada de un metro. La imagen del eclipse se proyectará en el suelo y es ahí donde se apreciará sin ningún peligro.
- La televisión brindará los detalles del fenómeno sin riesgo alguno y proporcionará información adicional.

Para mayor información respecto a los horarios, consulte el cuadro anexo.

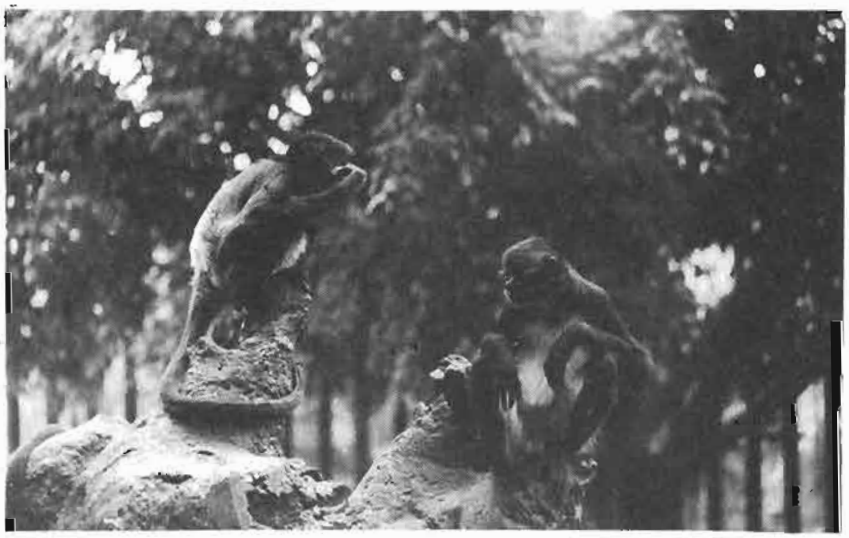
Graciela Muñoz

Comercio furtivo en Tabasco

¡Salvemos a la fauna!

"La hermosa piel del mijilote fue su perdición. El jaguar fue perseguido hasta los últimos linderos de la selva devastada. Los cocodrilos casi desaparecieron, junto con las tortugas. Ya sólo muy de tarde en tarde y muy río arriba, es posible ver una ceiba llena de monos saraguatos".

Pedro Ocampo Ramírez. *La sombra de la ceiba y otros excesos.*



Tabasco es un mosaico exuberante de flora y fauna localizado en el sureste mexicano, donde, desgraciadamente, el hombre ha creado e impulsado la caza y el comercio furtivo de animales de la región, con lo cual ha trastocado su equilibrio ecológico en aras del enriquecimiento individual y *contra natura*.

Vida y muerte de un dios

Tabasco es un territorio pleno en historia, cultura y escenarios naturales. Esta entidad se localiza al sureste de la República Mexicana, ocupa una superficie de 24 mil 475.24 kilómetros cuadrados. Limita al norte con el Golfo de México, al noroeste con Campeche, al suroeste con la República de Guatemala, al sur con Chiapas y al oeste con Veracruz, y cuenta con un total de 17 municipios, comprendidos en cuatro zonas, denominadas: región de la Chontalpa, región Centro, región de los Ríos y región de la Sierra.

El aprovechamiento de la fauna silvestre, acuática y terrestre en Tabasco es una tradición que data de los tiempos prehispánicos cuando la cultura olmeca se estableció en lo que hoy forma parte del sureste de México.

En ese entonces, el cazador -olmeca y maya- se preocupaba por obtener la carne necesaria para el autoconsumo; hacer una matanza injustificada era contrario a su moral y, en consecuencia, cazaban cantidades mínimas, confiriéndole siempre a esta actividad un significado ritual y artístico, con base en el arte culinario de saber combinar maíz, frijol, venado, lagarto, iguana, jabalí, armadillo y tepezcuintle, sólo por citar los productos más representativos de la cocina tradicional.

El respeto hacia los animales los llevó a considerar al jaguar como un símbolo de vida y terror, representándolo en forma humana y totémica. Posteriormente, durante la Colonia, la caza en Tabasco fue considerada como una actividad comercial redituable y deportiva. Fue a fines del siglo pasado cuando las pieles de lagarto (*crocodrylus moreletti*) y jaguar (*felis onca*) comienzan a ser utilizadas en México con fines de lucro.

Los investigadores de la UNAM, Casas Andreu y Guzmán Arroyo, citan en el libro *Estado actual de las investigaciones sobre cocodrilos en México*, que "hasta 1902 las tenerías de Estados Unidos recibían 280 kilogramos de piel, de las cuales el 50 por ciento provenía de México, siendo Tabasco quien aportaba el mayor porcentaje, además de la piel de venado, quelonios y aves".

El biólogo Juan Carlos Romero, jefe del Departamento de Recursos Naturales y encargado de la Subdelegación de Ecología de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología en Tabasco (Sedue-Tab), comenta a la **Revista del Consumidor**: "Actualmente, miles de especies son afectadas por la comercialización indiscriminada. Las tortugas de agua dulce como el pochitoque, el guao, el chiquiguao y la jicotea, han sido convertidas en artesanía; animales como el manatí, la víbora, la iguana, el lagarto y el puerco de monte son la materia prima que se utiliza en la elaboración de cinturones, fundas para armas, monteras, chamarras, zapatos, bolsas para dama y monederos, entre otros artículos".

La transformación del mono en mascota

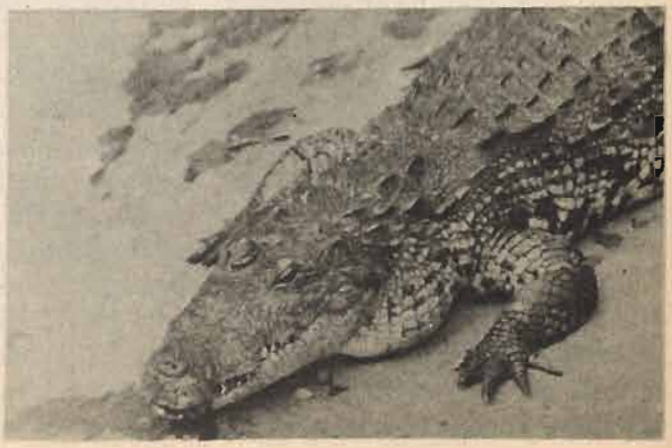
Para conocer la profundidad del problema no basta con ir a Villahermosa. La **Revista del Consumidor** consideró pertinente trasladarse 50 kilómetros al sur e internarse en las montañas boscosas de la Sierra de Teapa, lo que permitió conocer otros factores que han contribuido en la disminución de especies silvestres de Tabasco; uno de ellos es la afición por las mascotas, "entre más rara y peligrosa sea ésta, mayor valor y demanda tendrá en el mercado", comenta el ingeniero agrónomo Ubaldo Guillermo Pérez, especialista en bosques e investigador de la Universidad Autónoma de Chapingo (UACH), que desde hace nueve años trabaja en la selva de Teapa, Tabasco.

"Los poseedores de especies exóticas creen que un ejemplar de la vida silvestre da cierto 'prestigio', y es indicador de un estatus socioeconómico que les permite comprar lo que otros no pueden. En este sentido, las especies de la zona que han resultado más afectadas por dicho comercio irresponsable son:

"Entre los mamíferos: el mono araña, el mono saraguato, la martucha, la nutria, el tigrillo, el tapir; de las aves, el faisán, la codorniz, la guacamaya, el loro cariamarilla y de frente blanca, el águila cabeciblanca, el halcón peregrino y el pavón; también los reptiles, como la boa, culebras y víboras de cascabel.

"Todas éstas son especies en extinción; el tucán, por ejemplo, es una especie desaparecida desde hace 15 años, ahora únicamente se puede localizar en la selva lacandona", comenta el investigador y académico del Centro Regional Chapingo.

Una prueba del enorme crecimiento y proliferación de esta afición salió a relucir cuando la Dirección General de Conservación Ecológica de la Sedue decomisó más de 400 mil ejemplares vivos du-



rante 1990, según refiere la propia institución.

"Además -comenta Aldo Guichard Moreno, médico veterinario de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, e impulsor del programa radiofónico "Radioecología", que se transmite todos los lunes por Radio Tabasco-, es seguro que la persona que paga 250 mil pesos por un mico, 750 mil pesos por un águila o 3 millones por un tucán, ignora que estos animales también pueden ser agentes transmisores de enfermedades y representar otros riesgos. Un caso concreto son los monos, quienes durante su etapa reproductiva son altamente agresivos y transmisores de parasitosis debido a que ingieren su excremento".

La pirámide comercial

Adrián Cerda, biólogo egresado de la Universidad Autónoma de México, y miembro de Naturalia -una asociación científica pro defensa de los recursos naturales de nuestro país-, explica a los lectores de la **Revista del Consumidor** el proceso de comercialización furtiva de animales en Tabasco: "En el comercio de animales existe una jerarquización parecida a una pirámide: en la parte de abajo se encuentran los captores, gente humilde que habita cerca de la sierra y se alquila a bajo precio a los introductores o "coyotes", los cuales se encargan de indicar el tipo y número de especies, además de entregar la mercancía a los mayoristas. Estos últimos abastecen a coleccionistas, tiendas de artesanías y comerciantes de mercados como el de Sonora, en la ciudad de México.

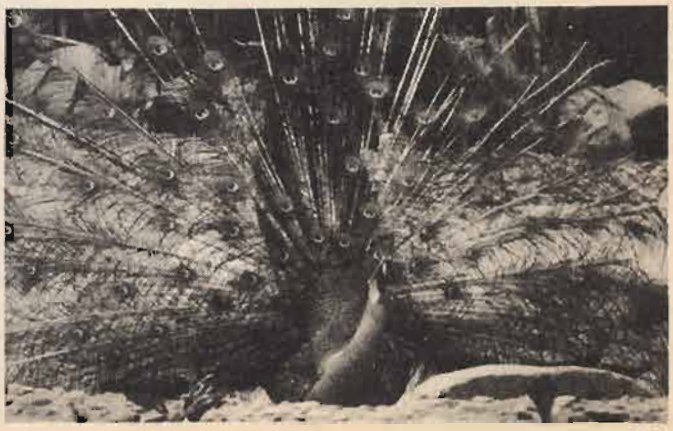
Al comercio ilegal de la fauna se agrega la crueldad y el maltrato. Así, por ejemplo, al momento de cazar las iguanas se les cose el hocico para que no muerdan y se les extrae el cartílago de la uña -sin desprenderlo- a fin de usarlo como cuerda para sujetarles las patas, todo esto con la intención de vender la carne fresca y cotizarla a un precio más alto".

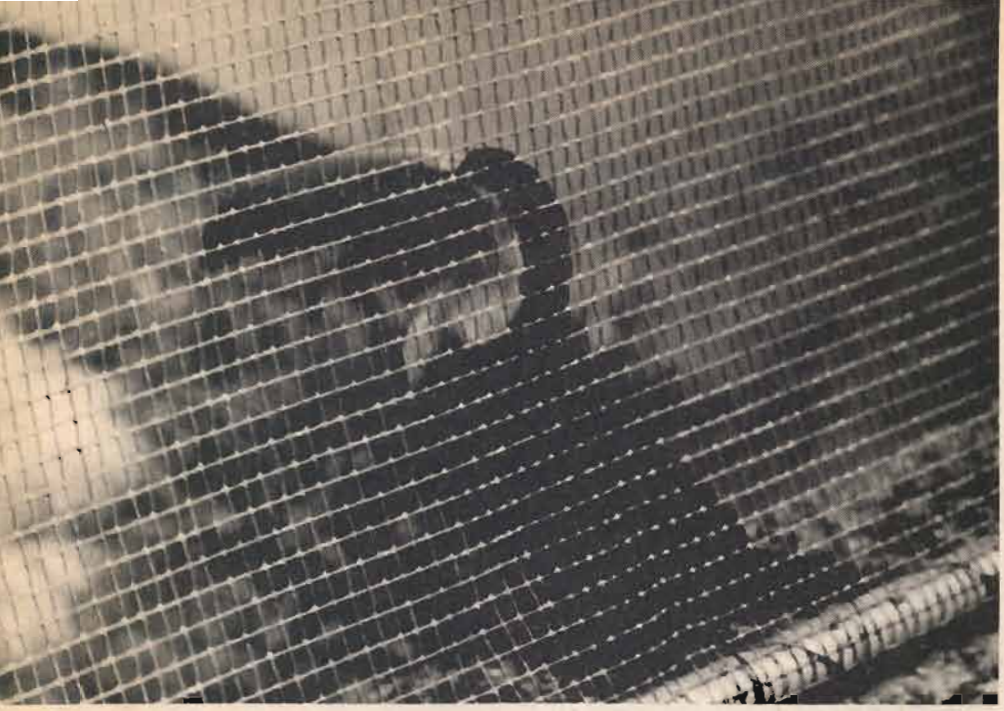
"Otro caso es el de las tortugas pochitoques -explica el especialista de la Universidad de Chapingo, Ubaldo Guillermo Pérez-; que se capturan a partir de la provocación de incendios en ríos -cuando están secos- y los animales son sometidos a golpes de garrote; el manatí -mamífero acuático-, al sentirse herido por el arpón, emprende la fuga llevando a cuestas la embarcación a veces durante media hora. Hoy el manatí sigue siendo perseguido y no escapa a la captura para emplear su carne como cuero, a pesar de la estricta prohibición que existe para su caza en el área lacustre de Tabasco".

Naturaleza muerta

Al problema de la desaparición de la fauna silvestre se suma la expansión de los sistemas agropecuarios que han cambiado el uso del suelo, sin tomar en cuenta su vocación original, reconoce el representante de la Dirección Regional de la Sedue en el estado de Tabasco, Juan Carlos Romero, quien añade: "Las áreas forestales del estado de Tabasco se han visto disminuidas por la explotación intensiva que ha impedido la regeneración natural de los bosques y selvas, agregándose a esto los incendios.

"La explotación inadecuada y la mala administración de los recursos naturales han creado condiciones negativas que se reconocen en algunas superficies altamente erosionadas, mantos acuíferos agotados y una baja productividad forestal,





El tucán es una especie altamente cotizada en el mercado furtivo.

agrícola, etcétera. Al destruir bosques y selvas y agotar los diversos recursos, se destruye también la fauna, elementos naturales tan importantes como el agua, la flora y el suelo".

De lo anterior fue testigo la **Revista del Consumidor** al observar cómo poco a poco la selva se acaba en aras de un desarrollo agrícola y del crecimiento demográfico.

¿Lagartos en casa?

En la celebración del "Día Mundial del Medio Ambiente" (5 de junio de 1990), el Presidente de la República anunció su interés porque nuestro país ingrese al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y a la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres. "Para ello -comenta la directora de Conservación Ecológica de los Recursos Naturales de la Sedue, Graciela de la Garza-, hay que cubrir una serie de requisitos, como la identificación de los puertos de entrada y salida que se autorizarían para el comercio de especies legales procedentes de criaderos y viveros".

Actualmente, la mayoría de los habitantes de las poblaciones tabasqueñas de Centla, Paraíso, Comalcalco y Cárdenas, tienen piletas con cuatro o cinco lagartos, a fin de repoblar algunas zonas y comerciar legalmente, asesorados por la Sedue regional.

Foro ecológico al aire

Por su parte, la sociedad civil hace evidente su interés por la defensa de la fauna y el ecosistema de su localidad a través del cuadrante radiofónico.

La **Revista del Consumidor** visitó las instalaciones de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (Corat) y llegó a la cabina de radio donde todos los lunes, de ocho a nueve de la noche, a través de frecuencia modulada, se transmite en vivo y en directo el programa "Radioecología". Allí pudimos observar cómo la sociedad civil tabasqueña se involucra en estos problemas y propone soluciones.

Aldo Guichard Moreno, iniciador, al lado de su padre, de dicho programa, comenta a nuestra revista: "Existen en el cuadrante dos programas que abordan los problemas ecológicos que experimenta la región de Tabasco, el primero se titula 'Radioecología' y está patrocinado por la Corat; el segundo es una producción de la iniciativa privada y se llama 'Rancho El Porvenir'. Ambas emisiones cuentan con una larga trayectoria y permanecen en el cuadrante porque el auditorio las considera un foro de opinión y denuncia cuando se cometen arbitrariedades en contra de los recursos naturales. A través de estos programas, nos hemos dado cuenta del interés que existe entre los jóvenes que se han dado a la tarea de crear organizaciones civiles y clubes dedicados a esta encomiable labor, no sólo en la zona urbana de Villahermosa, sino también en la más lejana ranchería".

Conciencia ecológica

Por lo anterior, se torna cada día más urgente la protección, investigación y conservación de aquellos sistemas que han sido tocados por la mano del hombre, **a fin de salvaguardarlos legalmente, garantizando así su perpetuidad en el tiempo y en el espacio, tal y como lo** imaginaron los olmecas, para beneficio de todos nosotros y de aquellos **que en breve habitarán esta exuberante y mágica región de nuestro país.**

Patricia Briseño

Fuente: -Representación estatal del INCO en Tabasco.
-Centro Regional Chapingo. Teapa, Tabasco.
-Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (Corat).
-Centro de Convivencia Infantil, DIF., Villahermosa, Tabasco.
-Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, Tabasco.

De bronceadores y quemones

Su cuerpo yacía sobre la dorada playa, mientras el inclemente sol amenazaba con derretir su esbelta figura. Se incorporó y al ritmo del vaivén del mar, quiso untarse sobre su nívea piel un poco de bronceador. Abrió la maleta y lentamente fue extrayendo varios recipientes de crema solar y frascos de aceite bronceador de diferentes marcas y con distintos factores de protección. Sus manos y su vista recorrieron una y otra vez la maleta en busca del bronceador idóneo: dudó entre usar el "súper bronceador para todo tipo de piel" o la crema "que aun sin sol garantiza un color canela"; ¿convendría más usar el paquete importado de aceite, crema y limpiador?, ¿o tal vez -para no errarle- el comodísimo ultrabronceador en aerosol y un par de pastillas bronceadoras color zanahoria?; ¿y qué tal aquel producto "naturista" de coco, sal y chile piquín...?

La respuesta quedó en el aire y en la arena, tal como estaba su cuerpo: humeante y enrojecido, mientras el mar ronroneaba con ironía y formaba leves olas que se acercaban para besar sus pies.

Para un buen bronceado

Cuando recorremos los pasillos de un supermercado o miramos las vitrinas de una farmacia, solemos hundirnos en un mar de marcas de

Evite SOLpresas desagradables y quemones

bronceadores con diversas presentaciones y factores de protección pero, ¿cuál es el bronceador adecuado para lograr un bronceado perfecto?, ¿qué aspectos debe considerar el consumidor cuando desee broncearse?, ¿son necesarios los bronceadores?, ¿qué opinan al respecto los médicos?

El doctor Octavio Flores, especialista del Centro Dermatológico "Ladislao de la Pascua", explica a la **Revista del Consumidor** la función de los bronceadores y los efectos secundarios que éstos pueden causar en la piel cuando se usan incorrectamente.

"Los bronceadores sí cumplen con una función protectora, sin embargo, ésta depende del factor de protección que ofrezca y del uso que se le dé. Por ejemplo, una persona que tiene la piel muy blanca debe usar un bronceador con factor de protección alto, ya sea de 10 ó 15; en cambio, una persona morena debe usar uno con factor de protección bajo, de 4 ó 2 ".

El uso indiscriminado de bronceadores "puede ocasionar efectos secundarios en la piel, sobre todo, los que contienen 'paba' (ácido para-amino benzoico), un filtro solar que puede provocar alergias o erupciones en la piel. En personas que padecen melasma, enfermedad mejor conocida como 'paño', la utilización de bronceadores y las exposiciones prolongadas al sol reafirmarán más las alteraciones de la pigmentación y difícilmente desaparecerán las manchas.

Con el sol en la piel

Genéticamente nuestra piel se protege de las radiaciones solares gracias a un pigmento llamado **melanina**; éste se acumula en la capa cutánea superficial en cantidades variables, según el color de la piel de cada persona. Este pigmento no ofrece protección suficiente cuando nos exponemos por periodos prolongados al sol, por eso es necesario usar un filtro solar que nos brinde la protección adecuada.

En la siguiente tabla se indica el filtro más recomendable para cada tipo de piel.

Tipo de piel	Característica de la piel ante la exposición al sol	Factor de protección adecuado
I	No se broncea, siempre se quema intensamente y se descama.	Igual o mayor a 10
II	Se broncea poco, se quema con intensidad y sufre descamación.	Igual o mayor a 10
III	Se broncea gradualmente y se quema moderadamente.	Entre 8 y 10
IV	Se broncea en forma adecuada con mínimas quemaduras.	Entre 6 y 8
V	Se broncea intensamente y rara vez se quema.	4
VI	Muy pigmentada, resiste bien el sol y nunca se quema.	No necesita

"Actualmente se comercializan en el mercado bronceadores que ya no contienen 'paba', y esto se especifica en las instrucciones de uso".

¡Qué quemón!

Aplicar una buena dosis de bronceador sobre la piel para protegerla de los rayos ultravioleta, no implica que podamos exponernos al sol por muchas horas. En el envase de estos productos se indica el factor de protección al cual corresponden determinados lapsos de exposición solar; por ejemplo, un bronceador con factor de protección 10, le permitirá permanecer en el sol hasta 90 minutos sin sufrir quemaduras.

La doctora Sagrario Hierro, jefa del Departamento de Dermatología del Hospital "20 de Noviembre", nos explica los efectos de los bronceadores caseros, preparados con yodo y aceites minerales: "estos productos no proporcionan ninguna protección; lo que realmente provoca el **yodo sobre la piel es una pigmentación de color café; por otra parte,** el aceite sólo se adhiere a la piel, lo cual puede producir insensibilidad ante los rayos solares.

Bronceados peligrosos

Usted seguramente habrá oído que existen clínicas de bronceado artificial donde, por medio de lámparas, la gente puede obtener lo que denominan "el bronceado perfecto". Estas lámparas emiten rayos ultravioleta que, en sesiones continuas y aplicados en forma gradual, permiten obtener el supuesto bronceado ideal, sin necesidad de ir a la playa; sin embargo, con mucha frecuencia, dichas sesiones sólo logran "quemar" el presupuesto del consumidor, pues sus tarifas por tiempo de exposición están por las nubes, exactamente junto al sol.

La doctora Sagrario Hierro opina en relación a estas clínicas, que "la gente paga por atentar contra la salud de su piel, ya que los efectos secundarios que ocasiona ese tipo de bronceado son la degeneración de las células y, a largo plazo, cáncer cutáneo.

"Otra forma de broncearse -advierte la especialista-, consiste en la ingestión de pastillas de 'paba', pero después de un tiempo pueden originar pigmentación en la retina y problemas de tipo hepático".

Evite SOLpresas

Recuerde que no hay nada como lo natural, y el bronceado no es la excepción; para que el sol no lo "queme" por sorpresa, los médicos le recomiendan:

- No se exponga al sol entre las diez de la mañana y las tres de la tarde, pues en este lapso hay mayor porcentaje de radiaciones peligrosas.
- Utilice telas claras de algodón, sombreros y sombrillas.
- Emplee un filtro solar para las zonas que se encuentran más expuestas, como el rostro y los brazos.
- Cuando se asolee, no utilice colonias o perfumes que contengan alcohol, porque esta sustancia provoca manchas en la piel que permanecen toda la vida.
- Proporcione los cuidados necesarios a su piel, inclusive si se encuentra bajo un parasol. Los rayos reflejados por el agua y la arena también producen quemaduras.

Tome en cuenta estas precauciones y evítese malestares o terminar "chamuscado".

Graciela Muñoz

Fuentes: -Centro Dermatológico "Ladislao de la Pascua".
-Departamento de Dermatología del Hospital "20 de Noviembre"

¿Vivir en el error?

Cómo elegir una *carrera*

Se trata de una decisión delicada, difícil... pero necesaria. Y todo estudiante deberá algún día pasar por el trascendente -y a veces tortuoso- momento de decidir qué carrera cursar: ¿la más corta o la más larga?, ¿aquella para la cual tengo habilidades o la mejor pagada?, ¿la más fácil o la que demandan las necesidades del país?, ¿la menos saturada o la "carrera del futuro"?

Las capacidades e inquietudes intelectuales, sensitivas y manuales del individuo, su disponibilidad de tiempo, sus posibilidades económicas y su perfil sociocultural, son algunos factores que a través del tiempo van moldeando la decisión de la futura profesión que elegirá el alumno. Sin embargo, existen estudiantes que al concluir su instrucción secundaria o el ciclo de bachillerato, lo único que tienen claro es el hecho de que todavía no deciden qué carrera estudiar.

Cuando el destino nos alcanza

"Aunque resulte paradójico, el problema que enfrentan actualmente los estudiantes es la creciente aparición y diversidad de carreras -tanto técnicas como profesionales- que se ofrecen ante sus ojos, pues existen en México 450 opciones para estudiar distintas licenciaturas y 688 carreras cortas de sistema escolarizado a cargo de instituciones oficiales, privadas o descentralizadas, cuyo periodo de capacitación teórico y práctico va de los diez meses a los 4 años, y esto, sin lugar a dudas, representa conflictos al momento de tomar una decisión".

Así lo menciona para la **Revista del Consumidor** el licenciado Arturo Torres Narcia, coordinador de Planificación en Orientación Vocacional de la UNAM.

"El argumento que emplean los profesionales que menosprecian la orientación vocacional, es que ellos decidieron por su cuenta una carrera; pero no recuerdan que en su tiempo no existía ni la quinta parte de las profesiones que hay en la actualidad.

"Antes era fácil escoger una de cinco carreras; ahora hay que escoger una entre 60 diferentes opciones, sin olvidar que debe tomarse en cuenta, además, la situación que guarda dicha profesión con respecto a las demás; es decir, si no existe saturación de la misma, el salario y las posibilidades de desarrollo profesional".

Otro elemento que enfrentan los estudiantes de nivel medio y superior es su falta de decisión al escoger una carrera, debido a que carecen de una orientación vocacional.

Las escuelas de nivel bachillerato también tienen problemas en los Departamentos de Servicios Escolares o Departamentos de Psicopedagogía; en primer lugar la incomprensión, tanto de alumnos

como maestros, de la importancia que tiene la orientación vocacional.

"Sucede que mucha gente -señala el licenciado Torres Narcia- todavía no le da el lugar que le corresponde a la orientación, dudan de su efectividad. Así, por ejemplo, para varios profesores es más importante que el estudiante vaya a realizar deporte en lugar de asistir a la clase de orientación; minimizan su valor real".

Las razones por las que los estudiantes de secundaria quieren ingresar a instituciones de nivel bachillerato son variadas.

Hay quienes van porque tienen hermanos allí; porque no conocen otras escuelas; y, porque no desean hacer otra carrera larga.

Al no tener suficiente información sobre las carreras existentes, los alumnos salen de la escuela con grandes dudas, problema que se agudiza más en el último año de bachillerato -cuando deben elegir ya una carrera- y en los primeros años de la carrera.

¿Dónde estoy?

Éste es el caso de Alberto Domínguez, estudiante de la carrera de Matemáticas de la Facultad de Ciencias de la UNAM, a quien encontramos tratando de realizar su cambio de área: "Vengo a realizar mi cambio de Matemáticas a Informática...creo que no escogí bien y la verdad es que carezco de las aptitudes necesarias para la carrera que curso".

Para el licenciado Roberto Rodríguez Vélez, director de Sistemas Escolares de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), "el problema que enfrentamos es la falta de una buena educación orientada a preparar a los alumnos para escoger una profesión.

Orientación para una buena elección.

"Esta debe comenzar desde el hogar, pasando por la primaria y la secundaria. Claro, no se va a obligar al estudiante a tomar una decisión desde la primaria; pero sí a considerar qué elementos hay que tomar en cuenta para decidirse por una carrera.

"El alumno de bachillerato carga con una gran responsabilidad: decidirse por una profesión de la que va a depender el resto de su vida".

¿Vivir con la carrera equivocada?

Otro de los problemas para el alumno es la saturación de ciertas carreras y las implicaciones que ello trae consigo: falta de cupo, desempleo y salarios bajos. ¿A qué se debe este fenómeno?

Para el licenciado Arturo Torres Narcia, "la oferta de profesiones depende de los requerimientos que hace el sector público. Por ejemplo, en el sexenio pasado, con el auge petrolero se dio una gran demanda de ingenieros petroleros; sin embargo, en lo que se refiere a la actual administración, se han contratado menos de 10 ingenieros petroleros.

"Por otro lado tenemos a la televisión que ha puesto de moda ciertas profesiones, como sucede con la carrera de Ingeniería en Computación. La mayoría de los estudiantes creen que ingeniería en computación va a representar el 'éxito' de su vida, pero ni siquiera saben qué hace un profesional de la especialidad; cuando se dan cuenta que ingeniería en computación no es programación de computadoras, sino construcción y reparación de computadoras, inmediatamente deciden abandonarla".

El Catálogo de Carreras

El *Catálogo de Carreras* que edita la SEP ofrece una amplia gama de carreras profesionales y técnicas que son impartidas en diversos lugares de la república y constituye un documento primordial para aquellas personas interesadas en encontrar su futuro profesional.

Así por ejemplo, tenemos aquellas que impulsan el desarrollo del sector **agropecuario**, entre las que se ubican la agricultura, ganadería, avicultura, piscicultura y silvicultura, enfocadas principalmente al problema alimentario.

Por otra parte, en el área de la **salud**, los profesionales y técnicos que se encargan de ejercer son: los dentistas, nutriólogos y médicos cirujanos, entre otros; su objetivo es la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades, así como la rehabilitación de pacientes.

También están las de la **industria extractiva**, como son: ingenieros en minas y metalurgia, topógrafos, ingeniero geofísico, geólogo, petrolero, químico, etcétera; a quienes atañe la exploración, descubrimiento, extracción y transformación de las riquezas del subsuelo.

Dentro de la **industria de la construcción** encontramos al arquitecto, técnico en construcción urbana, geógrafo, ingeniero civil; cuyo interés es diseñar y construir habitaciones, hospitales, fábricas, centros comerciales y otras obras de infraestructura.

Por su parte, la **industria de la transformación y maquinaria** le incumbe a los diseñadores industriales, físicos, ingenieros en computación, mecánico electricista, máquinas y herramientas, los cuales ponen cuidado en el diseño, construcción, adaptación y mantenimiento de maquinaria y equipos.

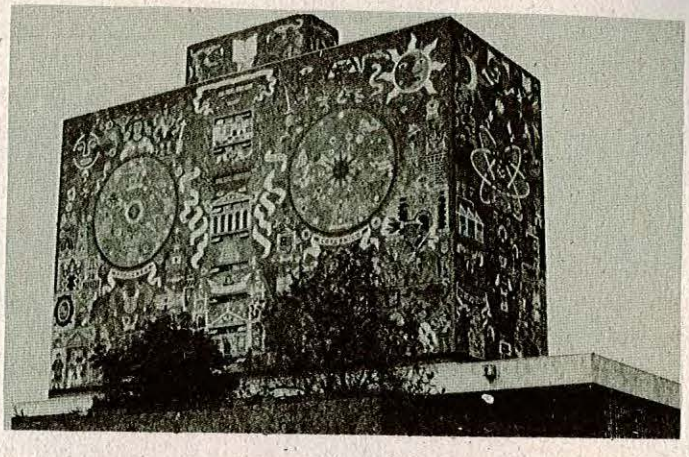
En el campo de la **economía y administración** conviven profesionalmente el actuario, administrador, economista; abarca también a la informática, contaduría, hotelería, que participan en el proceso económico, administrativo, público y privado, mismo que incluye desde el funcionamiento de las áreas de operación, como son las empresas, hasta los procesos globales de crecimiento e inversión.

El área de las **relaciones intergrupales** abarca a los profesionales y técnicos en derecho, trabajo social, sociología, pedagogía, ciencias políticas; los cuales se encargan de dar una explicación a los fenómenos sociales y las condiciones en que ocurren, proponiendo formas de solución en casos conflictivos y generación de formas de aprovechamiento del conocimiento de las leyes sociales.

En la **investigación** laboran los físicos, biólogos y químicos; su responsabilidad es generar teorías científicas y conocimientos que sirvan de base para el desarrollo de tecnologías.

La **música** y la **pintura** también ocupan un espacio, en el Catálogo de Carreras; así tenemos carreras profesionales para interesados en el conocimiento y práctica de las artes.

Este es un vistazo general al mundo de las carreras. Para obtener mayor información acérquese al *Catálogo de Carreras* o acuda al departamento de Orientación Vocacional de la institución de su interés.



No perdamos la brújula

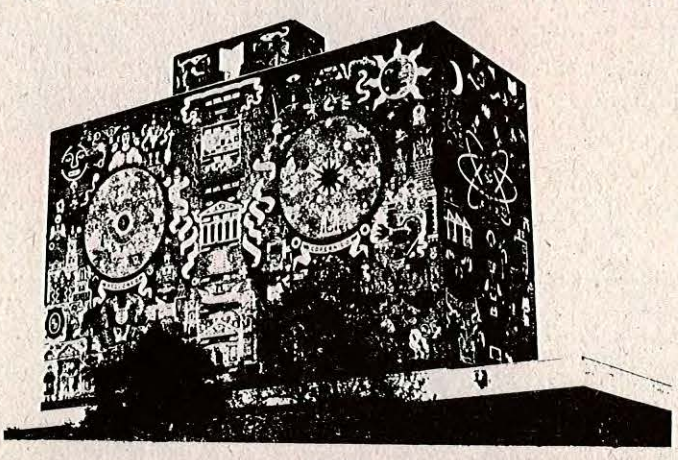
Para nuestros entrevistados, una de las causas por las que existen dudas, confusión y arrepentimiento en la elección de una carrera es la carencia o insuficiencia de orientación vocacional.

Por ello proponen una mayor difusión de todas las opciones que ofrecen cada una de las instituciones de enseñanza superior y de nivel técnico, con el propósito de que los estudiantes de secundaria y bachillerato conozcan las diversas opciones al momento de elegir una profesión.

Asimismo, es importante que los jóvenes acudan directamente a los centros de estudios donde les interesaría ingresar y, además, se informen sobre las carreras que allí imparten.

También es recomendable platicar con los alumnos que ya están estudiando y con los egresados, quienes cuentan con una mayor información sobre el campo de estudio y trabajo. Este último punto es de gran interés, debido a que la saturación de determinadas profesiones reduce las oportunidades de empleo.

El licenciado Torres Narcia, comenta que "los egresados de preparatoria y centros de bachillerato no se deben aferrar a una sola idea, sino analizar las perspectivas en el campo laboral y considerar que la UNAM y el resto de las universidades estatales no son las únicas opciones; existen carreras técnicas profesionales para las personas que les urge finalizar una profesión y obtener ingresos económicos aceptables.



La UNAM: otra opción para considerar.

¿Dónde y cómo?

Si usted desea ingresar a una carrera técnica o profesional, existe un *Catálogo de Carreras* que se actualiza año con año y que engloba a todo el territorio nacional. En él podrá obtener información sobre la duración de los cursos, requisitos de ingreso, iniciación, lugar donde se imparten y los objetivos que persigue la carrera, así como los teléfonos y direcciones de los departamentos escolares de las instituciones donde se puede obtener mayor información.

Cualquier persona puede acudir a los departamentos de orientación vocacional de las escuelas de nivel medio y superior y pedir que le muestren el *Catálogo de Carreras* que publica la SEP. ¡No lo deje a la suerte, es la carrera de su vida!

Miguel G. Prieto

Ver, pero también leer

Uno de los propósitos centrales de la colección "Los autores del INCO" que publica este instituto, consiste en presentarle una selección de libros que propicien y enriquezcan la discusión en torno al fenómeno del consumo, desde sus más diversos ángulos.

¿Cómo ver con otros ojos a los mass media?

Es por ello que en esta ocasión le recomendamos otro texto de nuestra exclusiva colección, abocado a descubrir y analizar la relación de los medios de comunicación y los consumidores: *Ver, pero también leer*, escrito por el destacado periodista e investigador Raúl Trejo Delarbre.

El trabajo que ahora presentamos analiza la influencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana de la sociedad y nos sugiere cómo vivir y convivir con dichos medios. Asimismo, comenta la descripción que realiza la prensa, desde su particular orientación política, en torno a ciertos sucesos, entre los que se encuentran: la negociación de la deuda externa con la banca internacional, un concierto masivo de rock o los sismos de 1985.

Raúl Trejo Delarbre destina gran parte de su trabajo a explicar la importancia de la televisión, centrando sus comentarios en el comportamiento que a lo largo de su existencia ha mostrado el sector privado. Es así como el autor nos ofrece una opinión equilibrada sobre el poder financiero existente y nos alerta sobre su influencia ideológica y política.

Con gran detalle, el escritor estudia la programación, el perfil y la intencionalidad de los noticiarios de la empresa **Televisa.** También expone un interesante diagnóstico sobre el papel que desempeña la televisión estatal.

Finalmente, este texto incluye una serie de propuestas para "ver" con otros ojos a la televisión y aprovechar su presencia en nuestra sociedad.

Ver, pero también leer, de Raúl Trejo Delarbre, es una obra que de principio a fin invita a la reflexión y al debate; es un libro sólidamente documentado, objetivo y polémico que el INCO pone a su alcance en sus oficinas, puestos de periódicos, librerías y tiendas comerciales.

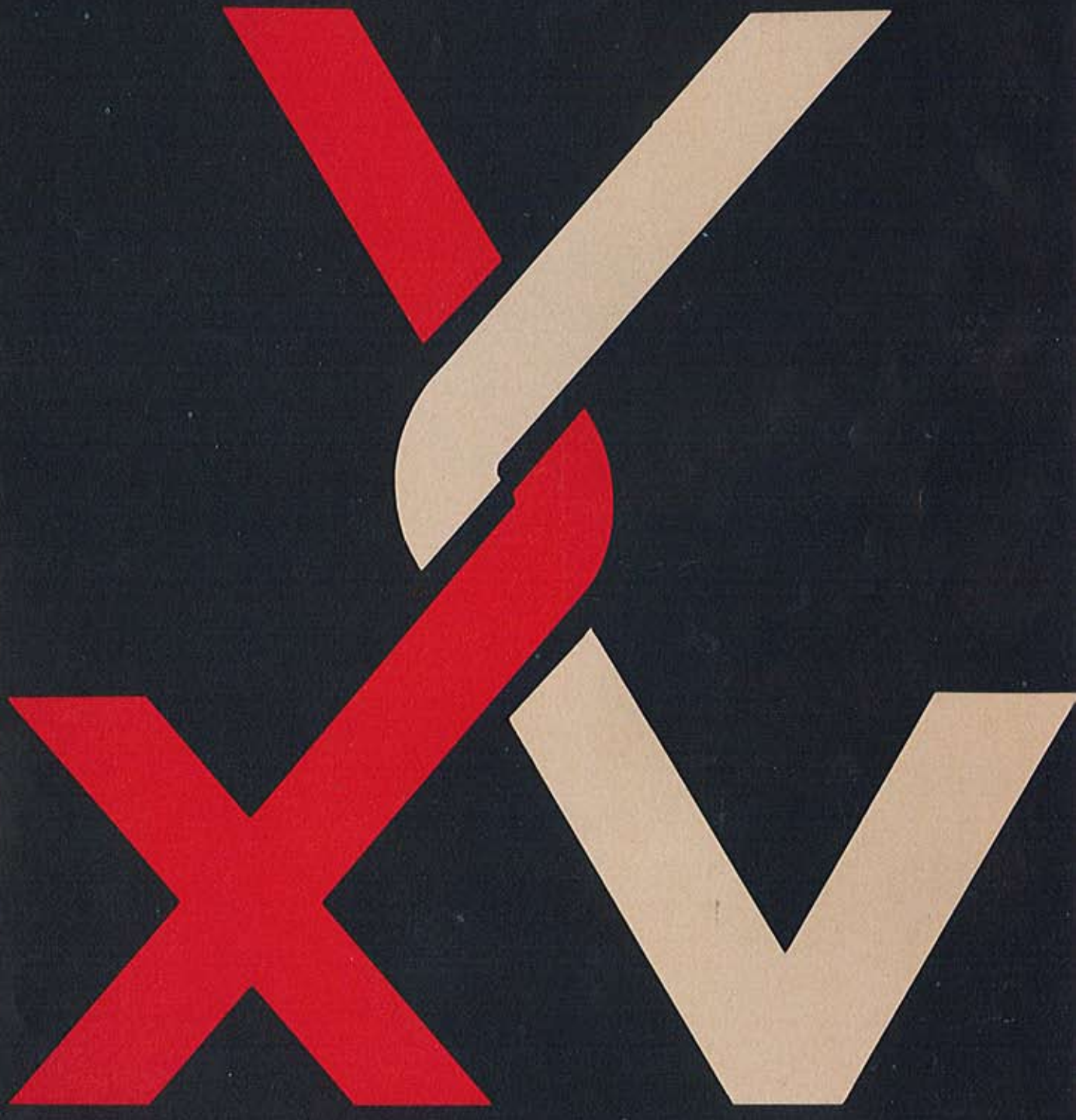
¡No se quede sin el suyo!

La **Revista del Consumidor**, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. El INCO se encuentra ubicado en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, teléfono 559-73-77 (conmutador con 14 líneas directas).
El contenido de los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución Nacional. Tiraje: 35 mil ejemplares. Impreso en los talleres División de Ediciones y Publicaciones, S.A. de C.V., Laguna de Guzmán núm. 64, México, D.F., c.p. 11320. Forros: Tredex Editores, S.A. de C.V. Penitenciaría núm. 11 Col. Morelos. México, D.F.

AUTOR: MARIO ALBERTO DOMÍNGUEZ DE DIOS

CARTEL PARTICIPANTE EN EL CONCURSO "XV AÑOS DE SOLIDARIDAD CON EL CONSUMIDOR", ORGANIZADO POR EL INCO.

XV años
de solidaridad con los consumidores



INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

El anticomercial del mes

Cómo que "la onda wákala"

En varias ocasiones hemos mencionado la influencia negativa que tiene la publicidad en los niños, debido a que son muy susceptibles de imitar los patrones de conducta que se manejan en ciertos comerciales.

Y un ejemplo de anticomercial es el de la compañía **Mc Play**, versión "La onda wákala", en el que aparecen muñecos grotescos y desagradables en situaciones de mal gusto que son reforzadas con los textos del comercial.

Mientras las imágenes nos muestran a los muñecos desalojando sustancias viscosas de diferentes cavidades corporales, se menciona: "Los más gruesos sucios que babean, los que tosen y chorrean y todos wakalean", y se observa cómo los muñecos ensucian lo que tienen a su alcance.

Por tal motivo, este comercial viola lo establecido en el artículo 16 del Código de Ética Publicitaria, que señala: "Debe tenerse especial cuidado en la publicidad dirigida a los niños y jóvenes evitando aprovecharse de la credulidad o falta de experiencia (...); no debe minar la autoridad, responsabilidad, juicio y preferencias de los padres, tomando en cuenta los valores sociales del momento".

Y también el artículo 36, fracción IV, del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión: "Queda prohibido a concesionarios, (...) agencias de publicidad y demás personas que participen en la preparación o realización de programas por radio y televisión, realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante palabras, actitudes, frases o escenas de doble sentido, sonidos ofensivos, gestos y actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad".

¿No cree usted, amigo lector, que anuncios como el de **Mc Play** pueden fomentar conductas cuestionables en la población infantil, o usted, ¿qué opina?

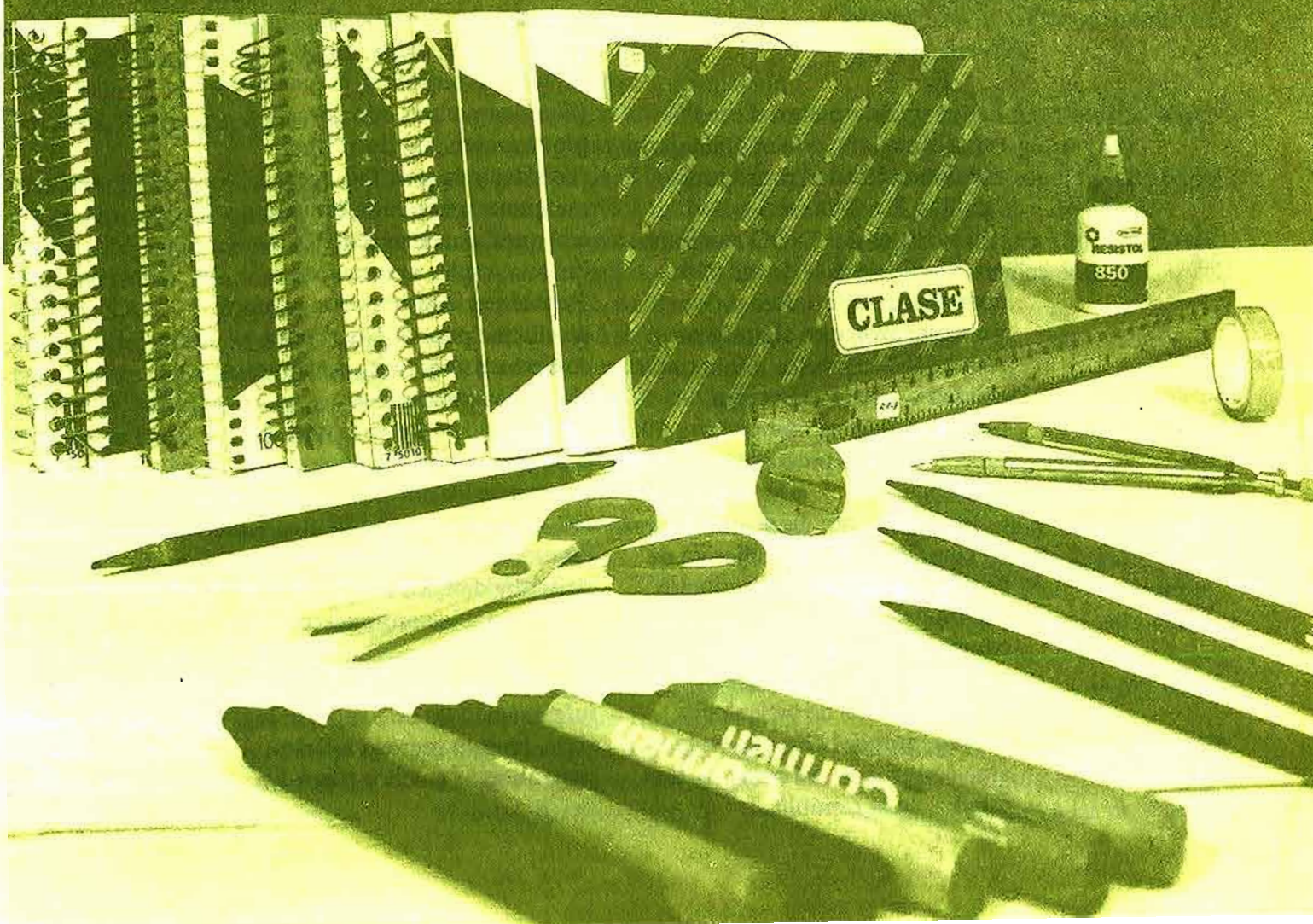
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

ISSN0188-2708

COLECCIONABLE

PRUEBAS DE CALIDAD
ÚTILES ESCOLARES

¡Conozca los útiles escolares que sí pasan las pruebas!



Introducción

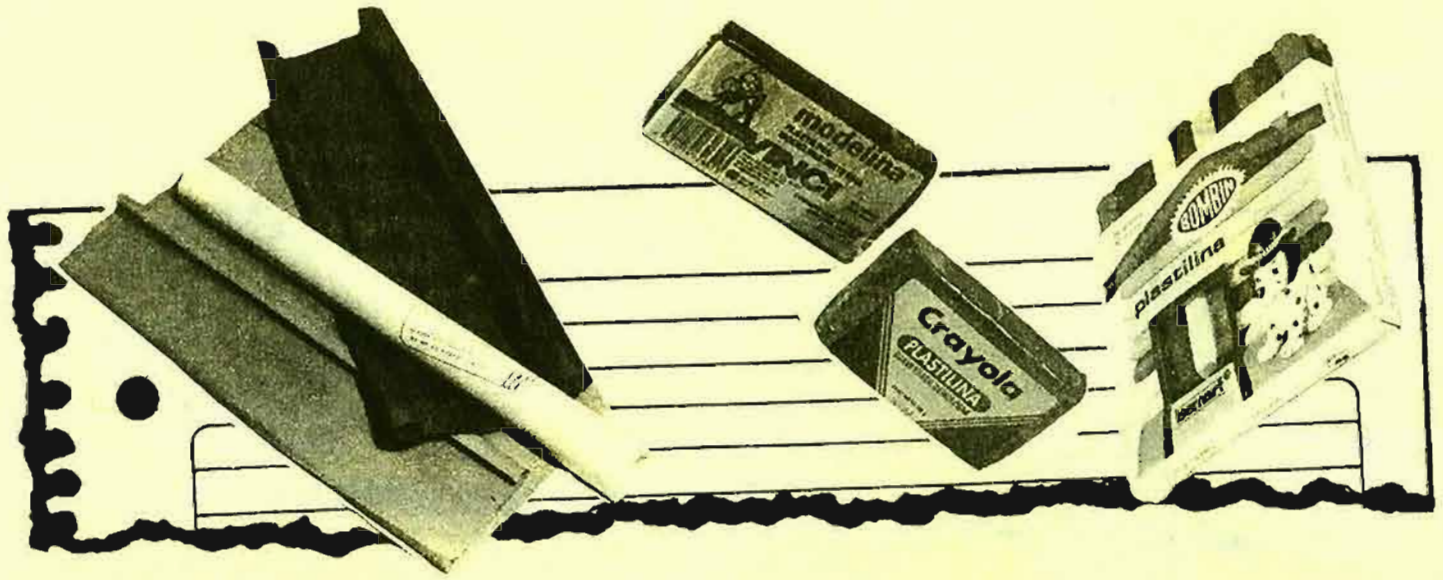
La compra de material escolar representa, año con año, un gasto considerable en el presupuesto familiar. Por esta razón, los especialistas del INCO realizaron un estudio de más de mil 930 muestras de diferentes productos y encontraron que algunos no reúnen los requisitos mínimos de calidad y, por lo tanto, son opciones de compra no recomendables para el consumidor.

Es importante mencionar que, en cumplimiento del objetivo de estudiar la calidad de productos nacionales e importados que se comercializan en todo el país, se analizaron las muestras más representativas de artículos procedentes del Distrito Federal y área conurbada, así como de tres estados de la república: Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Los útiles investigados fueron papel (lustre, china, crepé y cartulina), plastilina, pegamentos (líquidos y cintas adhesivas), pinturas de agua tipo "vinci" (líquidas y de pastilla), tijeras, sacapuntas escolares, lápices, crayones, cuadernos de forma italiana, reglas y compaces. También se consideraron algunos productos para oficina, como correctores líquidos y sacapuntas eléctricos y manuales.

Para aplicar las distintas pruebas se tomaron como referencia las normas oficiales mexicanas correspondientes y, en los casos en que no había normatividad, los técnicos del INCO establecieron los criterios de prueba respectivos.

Así, deseamos que la información de este reporte le sirva, en este regreso a clases, para ahorrar muchos pasos y pesos.



Papel

Ficha técnica

En el presente estudio se analizaron los cuatro tipos de papel que se utilizan con mayor frecuencia en las escuelas: cartulina, lustre, crepé y china.

Muestra: Se integró con 180 pliegos correspondientes a 14 marcas: 20 pliegos de cartulina (**San Cristóbal, Productos Dietrix, S.A. de C.V.**, y tres presentaciones **Sin Marca**), 50 de papel lustre (**Creaciones Monsa, Colibrí, Mondragón, Pampsa, Productos Proa, S.A. de C.V.** y tres presentaciones **Sin Marca**), 60 de crepé (**Kakadu, Pingüino, Loreto, Colibrí, Colorín, Productos Proa, S.A. de C.V.** y una presentación **Sin Marca**) y 50 de papel de china (**Galax, Colibrí, Madyco, Imperial, Productos Proa, S.A. de C.V.** y tres presentaciones **Sin Marca**). La adquisición de estos productos se realizó en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos que se dedican exclusivamente a la venta de material escolar, ubicadas en el Distrito Federal y área conurbada, así como en los estados de Tamaulipas, Quintana Roo y Nayarit.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, dimensiones (largo y ancho), peso, resistencia al levantamiento (únicamente en los tipos lustre y cartulina), al reventamiento y al rasgado, elongación (en el caso del papel crepé, es la cualidad de estirarlo sin que se rompa), absorción de humedad y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas opciones de compra no recomendables**).

Resultados

Las mejores presentaciones de papel lustre fueron **Creaciones Monsa** y las muestras **Sin Marca** del estado de Tamaulipas (ambas con 89 puntos), mientras que **Mondragón** sólo logró 74.

Respecto a las cartulinas, la mayor evaluación correspondió a **Dietrix** (89); por su parte, las muestras **Sin Marca** procedentes del estado de Tamaulipas apenas obtuvieron la calificación mínima aprobatoria (60).

El papel crepé que tuvo el mejor puntaje fue **Colorín** (83) y el más bajo **Pingüino** (64).

Finalmente, en el tipo de papel de china, la mejor opción de compra fue **Galax** (80) y la marca con menor calificación fue **Imperial** (60).

Plastilina

Ficha técnica

Se investigaron las dos presentaciones de uso más común en escuelas de educación prescolar, primaria y secundaria: las barras cilíndricas (cajas con diez piezas) y las barras rectangulares (una sola pieza).

Muestra: Constó de 30 cajas y 60 barras rectangulares correspondientes a las marcas

Escultor, Plasti, Kinder, Crayola, Mussa, Modelina Vinci, Plastigen y Bombín. Estos productos fueron comprados en papelerías, centros comerciales y tiendas que se dedican exclusivamente a la venta de material escolar, ubicados en el Distrito Federal y área conurbada, así como en los estados de Tamaulipas, Quintana Roo y Nayarit.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, contenido neto, facilidad de moldeo, capacidad de adherencia, transferencia de color (para verificar en qué porcentaje el producto mancha la piel o la ropa al ser manipulado), lavabilidad (facilidad para eliminar las manchas causadas por la plastilina) y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que alcanzaron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

En términos generales, todas las marcas analizadas cumplieron satisfactoriamente con las pruebas; sin embargo, las que lograron mayor calificación fueron **Bombín y Kinder**, cada una con 95 puntos, mientras que **Mussa y Plastigen** evaluaron con 83 puntos.

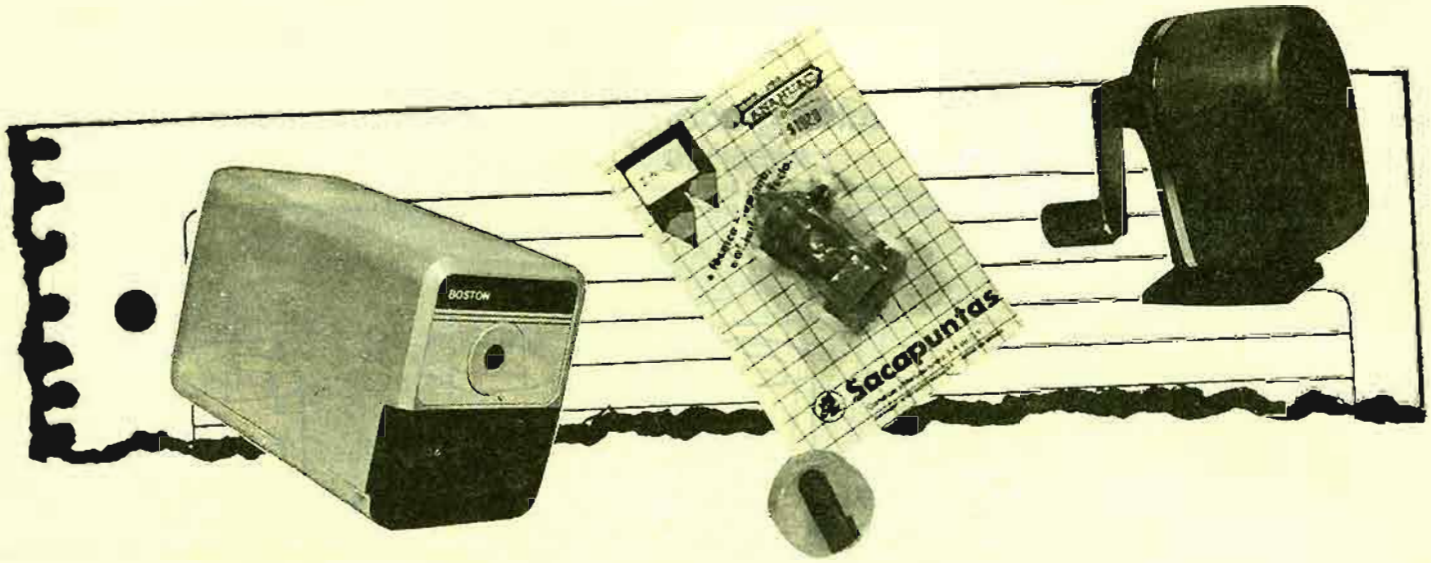
Adhesivos

Ficha técnica

Se estudiaron los adhesivos líquidos y las cintas adhesivas transparentes, que son las de uso más común en las escuelas.

Muestra: Se formó con 165 adhesivos líquidos (correspondientes a las marcas **Pritt, Iris, Resistol 850, Pega Rey 850, Stafford, Chavo, Junior, Vinci Pega, Unidor 55, Servis Panda y Pega Tito**) y 105 cintas adhesivas (**Tesa Film, Comercial Mexicana, Tuk, Janel, Jama, Scotch y Convil**). Estos productos fueron adquiridos en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos especializados tanto del Distrito Federal y área conurbada, como de los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, dimensiones, envejecimiento, eficiencia de pegado y del aplicador, contenido neto, fuerza de desembobinado (para determinar el número de veces que se pierde la continuidad al desenrollar la cinta), homogeneidad del pegamento, fuerza de adhesión y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).



sumó 56 puntos, por lo que fue considerado como una opción de compra no recomendable para los consumidores.

Sacapuntas

Ficha técnica

Fueron analizados los tres tipos de sacapuntas de uso más frecuente: escolares, mecánicos y eléctricos.

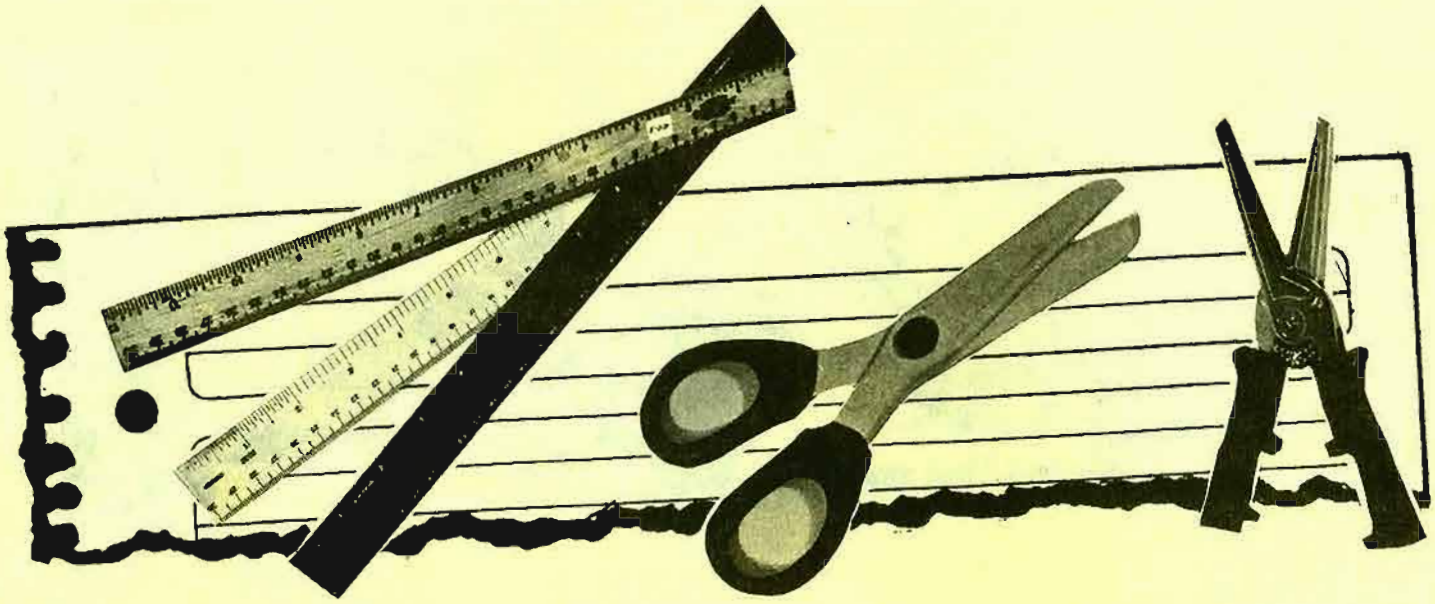
Muestra: Se investigaron 170 productos de 14 marcas distintas: **Chateau, Anáhuac, Dietrix, Kum, Fito** y dos presentaciones **Sin Marca**, todas en sacapuntas escolares; **Acme, Hunt Buston, Faber Castell, Hand, Titi Pok Pok Shapa** y **Super Boston**, correspondientes a sacapuntas mecánicos; y **Boston, Panasonic** y **Bimerex** (eléctricos). Estos artículos fueron adquiridos en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos especializados en la venta de material escolar, ubicadas tanto en el Distrito Federal y área conurbada, como en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.
Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, resistencia a las caídas, eficiencia de operación y afilado, y resistencia a la humedad. En el caso de los sacapuntas eléctricos se verificó, además, la tensión de alimentación, consumo de energía, resistencia de aislamiento, rigidez dieléctrica, corriente de fuga, contacto eléctrico accidental, sistemas de encendido y apagado, longitud del cable de alimentación, funcionalidad del interruptor, operación, sujeción del cable de alimentación y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas opciones de compra no recomendables**).

Resultados

En sacapuntas escolares la marca **Kum** (importada de Alemania) y la muestra **Sin Marca** procedente del estado de Tamaulipas obtuvieron la calificación más alta (85 puntos), mientras que **Fito** evaluó con 70 puntos.

Los mejores sacapuntas mecánicos fueron **Hand y Titi Pok Pok Shapa** (ambos con 95 puntos) y el que alcanzó la menor calificación fue **Hunt Buston**, que apenas logró 62 puntos.

Finalmente, en el grupo de sacapuntas eléctricos la marca **Bimerex** (importada) casi logró la máxima puntuación (99), por lo que fue considerada como una excelente opción de compra. En el lado opuesto se ubicó el modelo *KP-2A* de **Panasonic**, pues no alcanzó la calificación mínima aprobatoria.



de funcionamiento (capacidad para abrir y cerrar adecuadamente, desmontaje de la puntilla y trazo correcto) y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

La marca que logró la mayor puntuación fue **Mar-Ros** (91 puntos), mientras que la muestra **Sin Marca** del estado de Tamaulipas únicamente alcanzó 41 puntos y, por lo tanto, no es una buena opción de compra para el consumidor.

Reglas

Ficha técnica

Sólo se consideraron las reglas de tipo escolar con escala de 30 centímetros.

Muestra: Fue de 100 reglas correspondientes a las marcas **Adelante, Dietrix, Baco, Acme, Mar-Ros, Vinci, Plásticos Alex, Astro** y dos presentaciones **Sin Marca** de los estados de Nayarit y Quintana Roo. Los productos fueron adquiridos en papelerías y establecimientos especializados ubicados en el Distrito Federal y área conurbada, así como en las entidades mencionadas y en Tamaulipas.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, resistencia a la ruptura, linealidad del trazo, precisión de la escala y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

La marca **Acme** calificó con la evaluación máxima de 100 puntos, mientras que **Adelante** apenas logró 67 puntos, y **Dietrix** 68.

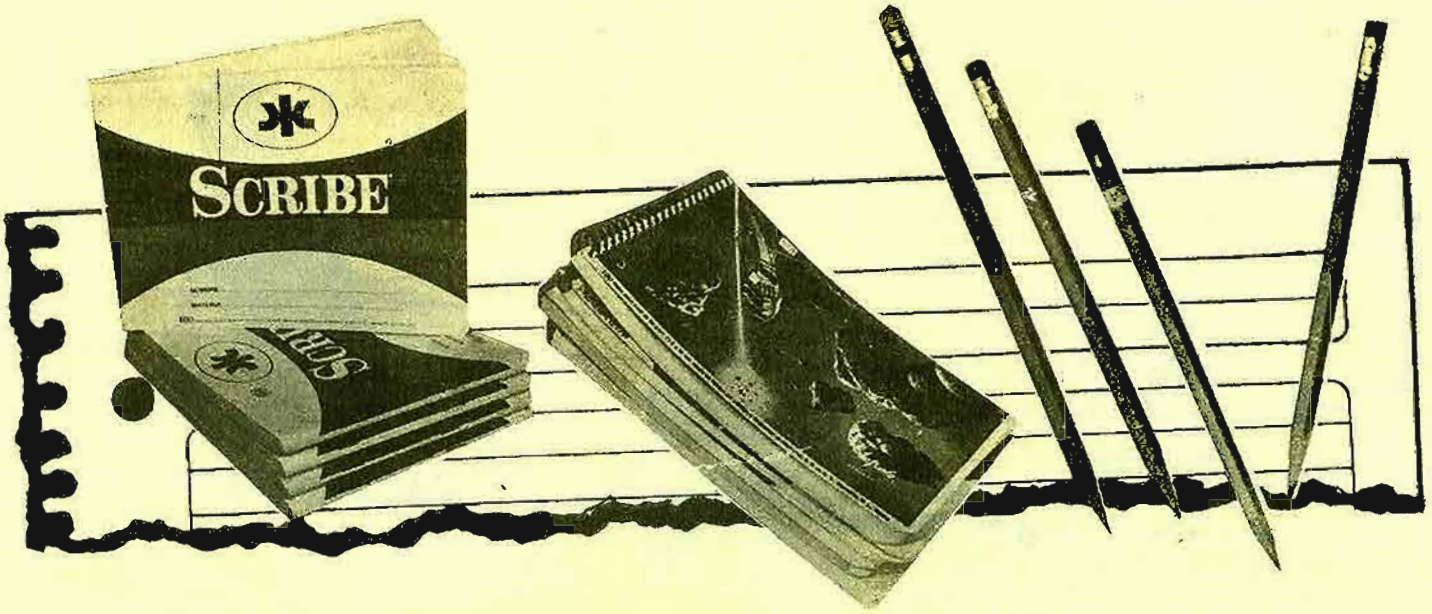
Tijeras

Ficha técnica

En este caso únicamente se analizaron las tijeras del tipo punta roma (redondeada), pues son las de uso más frecuente en las escuelas primarias.

Muestra: Se integró con 150 productos correspondientes a las marcas **Wearever, Dietrix, AMC France, Saja, Baco, Hard, Mar-Ros, Vinci, Pato, Maprosa, Barrilito, Marca Libre Comercial Mexicana** y tres presentaciones **Sin Marca**. Las tijeras fueron adquiridas en papelerías y tiendas de autoservicio ubicadas en el Distrito Federal y área conurbada, así como en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados,



eficiencia para cortar y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

La mejor opción de compra en este grupo de artículos escolares fue **Barrilito**, pues obtuvo la evaluación máxima de 100 puntos.

Únicamente dos marcas no alcanzaron la calificación mínima aprobatoria y, por ello, fueron consideradas como opciones de compra no recomendables: **Mar-Ros** (54 puntos) y uno de los modelos **Sin Marca** del Distrito Federal (58).

Cuadernos de forma italiana

Ficha técnica

En el presente estudio se analizaron los cuadernos de forma italiana unidos por grapas o espiral, correspondientes a los tipos rayado, cuadriculado y blanco.

Muestra: Constó de 80 cuadernos de las marcas **Scribe, Bunny, Triunfo, Marca Libre Aurrerá, Talleres Estrella, Clase** y una muestra **Sin Marca** proveniente del estado de Quintana Roo. Los productos investigados fueron adquiridos en papelerías, tiendas de autoservicio y comercios que se dedican exclusivamente a la venta de material escolar, ubicados en el Distrito Federal y área conurbada, así como en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, calidad de las hojas (mediante el análisis del peso unitario, resistencia al reventamiento, penetración de la tinta y eficiencia al borrado), de las cubiertas y encuadernación (resistencia de pastas y comportamiento al uso), así como evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

En términos generales todas las marcas evaluaron satisfactoriamente, pues la que obtuvo menor calificación fue la muestra **Sin Marca** del estado de Quintana Roo (80 puntos), mientras que los cuadernos **Triunfo, Scribe y Bunny** calificaron con 98, 97 y 97 puntos, respectivamente.

Artículos para escribir

Ficha técnica

En este grupo de artículos se consideraron únicamente los lápices y crayones, pues son de uso frecuente en las escuelas.

Muestra: El lote analizado se integró con 500 lápices de siete marcas (**Berol, Dixon, Astro,**

Mongol, Swllow, Empire y Faber Castel) y 120 cajas de crayones correspondientes a las firmas

Berol, Delart, Crayola, Color Plus, Carrusel, Jovi, Dixomex y **Children's Friend.**
La muestra fue adquirida en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos que se dedican exclusivamente a la venta de material escolar, ubicadas tanto en el Distrito Federal y área conurbada como en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas (a los lápices): Información al consumidor, acabados, resistencia al sacar punta, intensidad de escritura, resistencia de la puntilla, durabilidad, fuerza de desprendimiento (de la goma y del casquillo), eficiencia de borrado y desgaste de la goma al borrar. En el caso de los crayones las pruebas fueron: información al consumidor, acabados, resistencia a las caídas, desgaste, durabilidad, uniformidad al iluminar y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

En el grupo de lápices la mejor evaluación fue para la marca importada **Faber Castel** (95 puntos) y la más baja para **Swllow** (74). Por su parte, la mejor opción de compra en crayones fue el modelo *extragrueso* de **Berol** (98), mientras que **Color Plus** apenas logró 55 puntos y **Carrusel** 58.

Correctores líquidos

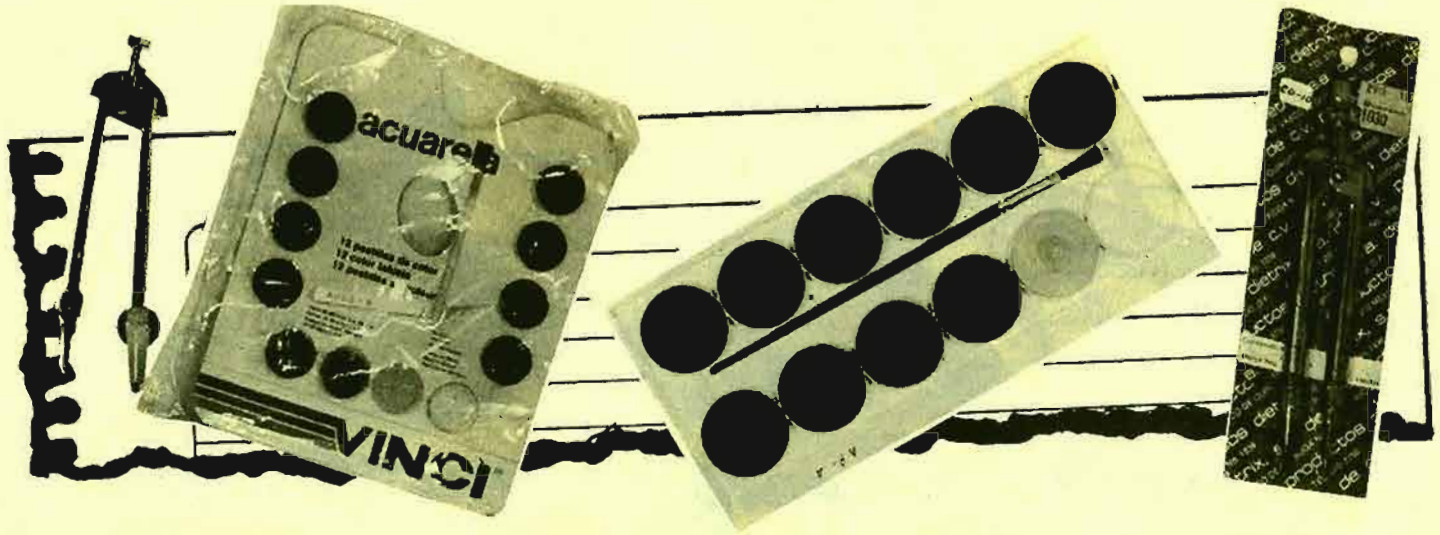
Ficha técnica

Muestra: Constó de 50 correctores líquidos de cinco marcas (**Liquid Paper, Kores, Korektor, Corrector y Blanco Fluid**), todas nacionales, que fueron adquiridos en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos que se dedican exclusivamente a la venta de material escolar, ubicados tanto en el Distrito Federal y área conurbada, así como en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, contenido neto, capacidad de recubrimiento, tiempo de secado, uniformidad de la capa correctora. escritura sobre la capa correctora y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

La evaluación global de calidad más alta correspondió al corrector de la marca **Liquid Paper**, pues obtuvo 96 puntos. Por su parte, el producto **Korektor** únicamente



Resultados

La mejor evaluación correspondió a la cinta adhesiva **Scotch** (97 puntos) y las calificaciones más bajas a **Jama** y **Convil**, con 74 y 70 puntos, respectivamente.

En cuanto a los adhesivos líquidos, **Pritt** obtuvo 83 puntos y **Stafford** únicamente 48, por lo que esta última fue considerada como una marca no recomendable.

Acuarelas

Ficha técnica

En este grupo de artículos escolares fueron analizadas dos presentaciones: sólidas y líquidas.

Muestra: Se investigaron 120 productos de las siguientes marcas: **Vinci**, **Pelikan** (nacional e importada) y **Alica-Jac**, las tres correspondientes a la presentación sólida; y **Crayola**, **Pintart**, **Politec** y **Vinci**, todas de procedencia nacional y en presentación líquida. Estas pinturas fueron adquiridas en papelerías, tiendas de autoservicio y establecimientos en los que se vende material escolar, ubicadas en el Distrito Federal y en los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, contenido neto, rendimiento, resistencia a las caídas, tiempo de secado, fijación de color al frotarla (para saber si, una vez aplicada la pintura, mancha los cuadernos o libros), homogeneidad de aplicación (para determinar si la capa aplicada es pareja), capacidad de cobertura y evaluación global de calidad (**en una escala de 0 a 100 puntos; las marcas que obtuvieron menos de 60 fueron consideradas como opciones de compra no recomendables**).

Resultados

En el grupo de acuarelas de tipo sólido, la marca **Vinci** fue la mejor al alcanzar 82 puntos; por su parte, **Alica-Jac** sólo logró 53 por lo que fue considerada como opción de compra no recomendable. En las pinturas líquidas, **Pintart** y **Vinci** obtuvieron las mejores evaluaciones (95 puntos cada una), mientras que la más baja correspondió a **Politec**, con 78 puntos.

Compaces

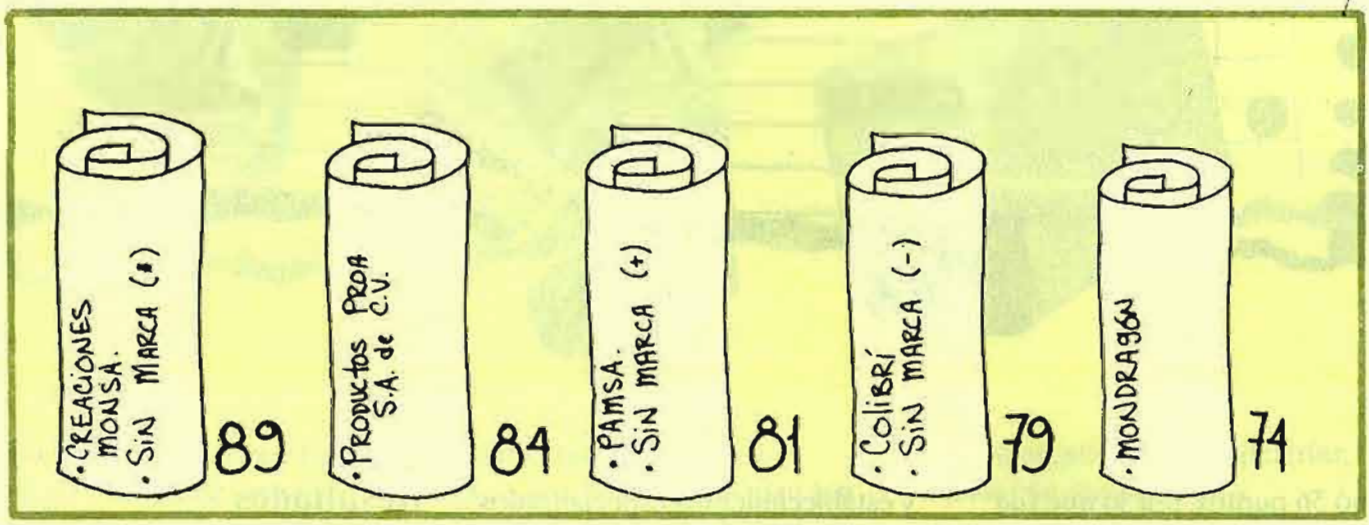
Ficha técnica

Muestra: Se integró con 90 compaces de las marcas **Florida**, **Dietrix**, **Vinci**, **Baco**, **Anáhuac**, **Mar-Ros** y tres presentaciones **Sin Marca** de los estados de Tamaulipas, Nayarit y Quintana Roo. Además de las muestras correspondientes a estas tres entidades, se analizaron productos del Distrito Federal y área conurbada que fueron adquiridos en papelerías y comercios especializados.

Pruebas aplicadas: Información al consumidor, acabados, análisis

Evaluación global de calidad

• Papel lustre •



Papel lustre									
MARCA		CREACIONES MONSA	SIN MARCA (*)	PRODUCTOS PROA, S.A. DE C.V.	PAMSA	SIN MARCA (•)	COLIBRI	SIN MARCA (■)	MONDRAGON
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INSUFICIENTE		COMPLETA	INSUFICIENTE				
ACABADOS		SIN DEFECTOS		ONDULACIONES Y ARRUGAS	SIN DEFECTOS				ARRUGAS Y PERFORACIONES
DIMENSIONES (largo y ancho en cm)	INDICADO	NO INDICAN		50 x 75	NO INDICAN				
	VERIFICADO	49.5 x 74.6	49.7 x 75	52.1 x 71.0	50.0 x 75.1	50.1 x 74.9	50.0 x 75.0	49.9 x 75	50.4 x 75.2
PESO UNITARIO (gramos/m²)		79.66	79.2	85.6	78.26	78.6	77.26	76.8	81.93
RESISTENCIA AL	LEVANTAMIENTO (%)	43.3	43.3	76.7	60	60	88.3	88.3	76.7
	REVENTAMIENTO (mín. 1.5 kgf/cm²)	1.54	1.55	1.55	1.56	1.56	1.61	1.61	1.53
	RASGADO (mín. 0.5 kgf)	5.55	5.60	5.5	4.66	4.66	4.33	4.33	5.33
ABSORCION DE HUMEDAD (%)		0	0	0	0	0	0	0	0
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		89	89	84	81	81	79	79	74

OBSERVACIONES:

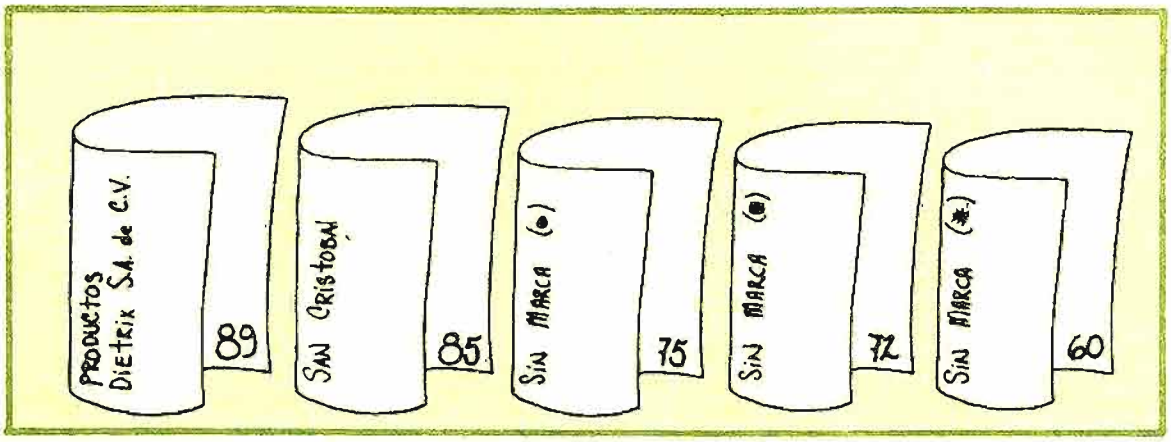
(*) Muestras del estado de Tamaulipas, adquiridas en la Papelería Victoria, Super Papelería de Descuento, Papelería Comercial, Papelería Tamaulipas y Comercial Papelera de Victo, S.A. de C.V.

(•) Muestras adquiridas en el estado de Nayarit en la Papelería Oportunidades, Papelería Atzimba, La Mariposa Popular, Oxford y Papelería El Contador.

(■) Muestras adquiridas en el estado de Quintana Roo en las papelerías, El Educador, El Escritorio y Plus Ultra.

Evaluación global de calidad

• Cartulina •



Cartulina

MARCA		PRODUCTOS DIETRIX, S.A. DE C.V.	SAN CRISTOBAL	SIN MARCA (•)	SIN MARCA (■)	SIN MARCA (*)
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	INSUFICIENTE			INCOMPLETA
ACABADOS		SIN DEFECTOS				CORTE IRREGULAR DEL PLIEGO Y CON ONDULACIONES
DIMENSIONES (largo y ancho en cm.)	INDICADO	50 x 65	NO INDICAN			
	VERIFICADO	50 x 65	50.1 x 65	50.2 x 65.3	50 x 65	50 x 65
PESO UNITARIO (gramos/m²)		168.5	178.2	179	177	176
RESISTENCIA AL	LEVANTAMIENTO (%)	50	50	55	65	100
	REVENTAMIENTO (mínimo1.5 kgf/cm²)	2.81	2.74	2.81	2.70	2.74
	RASGADO (mínimo 0.5 kgf)	9.8	12.2	9.7	9.5	9.8
ABSORCION DE HUMEDAD (%)		96	75.2	94	85	75.5
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		89	85	75	72	60

OBSERVACIONES:

(*) Muestras del estado de Tamaulipas, adquiridas en la Papelería Victoria, Super Papelería de Descuento, Papelería Comercial, Papelería Tamaulipas y Comercial Papelera de Victo S.A. de C.V.

(■) Muestras adquiridas en el estado de Nayarit en la Papelería Oportunidades, Papelería Atzimba, La Mariposa Popular, Oxford y Papelería El Contador

(•) Muestras adquiridas en el estado de Quintana Roo en las papelerías, El Educador, El Escritorio y Plus Ultra

Evaluación global de calidad

• Papel crepé •

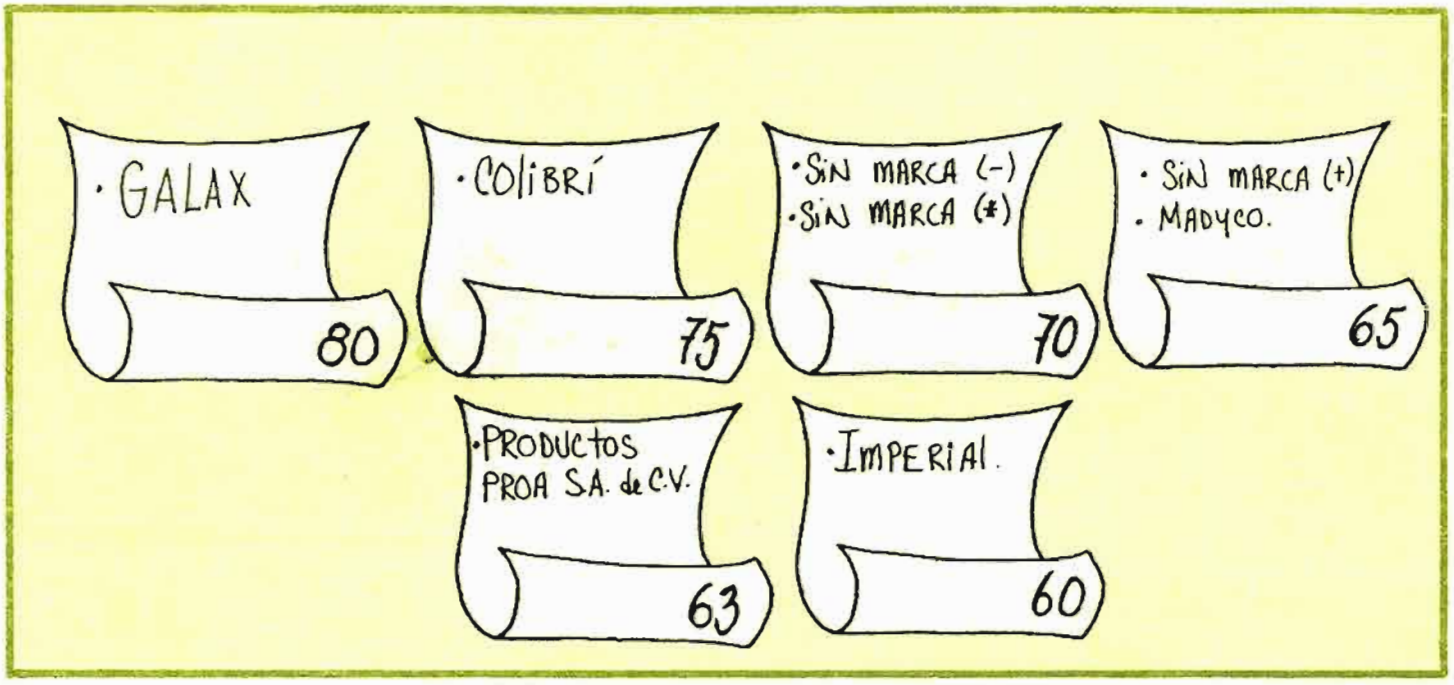
Papel crepé

MARCA		COLORIN (•)	PRODUCTOS PROA, S.A DE C.V.	COLIBRI (■)	LORETO	KAKADU (■)	SIN MARCA (*)	PINGUINO
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INCOMPLETA			COMPLETA	INSUFICIENTE		
ACABADOS		SIN DEFECTOS			PRESENTA ONDULACIONES, PERFORACIONES Y REBABAS	PRESENTA ONDULACIONES Y CORTE IRREGULAR	ONDULACIONES	PRESENTA MANCHAS Y PERFORACIONES
DIMENSIONES (largo y ancho en cm)	INDICADO	NO INDICAN		50 x 230	50 x 230	NO INDICAN		
	VERIFICADO	48.8 x 214	49.5 x 227	48.7 x 229.8	50 x 235	48.8 x 229.8	50 x 257	49.3 x 242.8
PESO UNITARIO (gramos/m²)		44.4	28.2	29.8	39.13	35.8	28.5	27.53
RESISTENCIA AL	REVENTAMIENTO (mínimo 0.5 kgf/cm²)	0.85	0.80	0.84	0.82	0.84	0.84	0.84
	RASGADO (mínimo 0.5 kgf)	1.06	1.0	1.0	0.93	1.13	0.53	0.86
ELONGACION (%)		107.3	43.7	46.7	40.7	79	40	39.3
ABSORCION DE HUMEDAD (%)		53.9	70.6	67.7	71.1	90.9	94.5	94.9
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		83	73	73	72	72	69	64

Evaluación global de calidad

Evaluación global de calidad

• Papel china •



Papel china

MARCA		GALAX	COLIBRI	SIN MARCA (■)	SIN MARCA (*)	SIN MARCA (*)	MADYCO	PRODUCTOS PROA, S.A. DE C.V.	IMPERIAL
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INSUFICIENTE						INCOMPLETA	INSUFICIENTE
ACABADOS		SIN DEFECTOS		SIN DEFECTOS	CORTE IRREGULAR DEL PLIEGO	SIN DEFECTOS	PERFORACIONES	COLOR NO UNIFORME	SIN DEFECTOS
DIMENSIONES (largo y ancho en cm)	INDICADO	NO INDICAN							
	VERIFICADO	49.8 x 74.5	50.1 x 75.3	19.7 x 74.7	50.4 x 75	49.2 x 74.7	50.8 x 76.2	49.8 x 74.7	50.2 x 75.2
PESO UNITARIO (gramos/m²)		21.4	23.33	20.2	20.2	23.8	19.73	19.0	17.8
RESISTENCIA AL	REVENTAMIENTO (mínimo 0.5 kgf/cm²)	0.52	0.64	0.57	0.71	0.4	0.71	0.57	0.4
	RASGADO (mínimo 0.5 kgf)	0.8	0.73	0.73	0.6	0.96	0.6	0.73	0.96
ABSORCION DE HUMEDAD (%)		96.8	73.17	65.7	69.8	68.2	69.8	65.7	68.2
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		80	75	70	70	65	65	63	60

OBSERVACIONES:

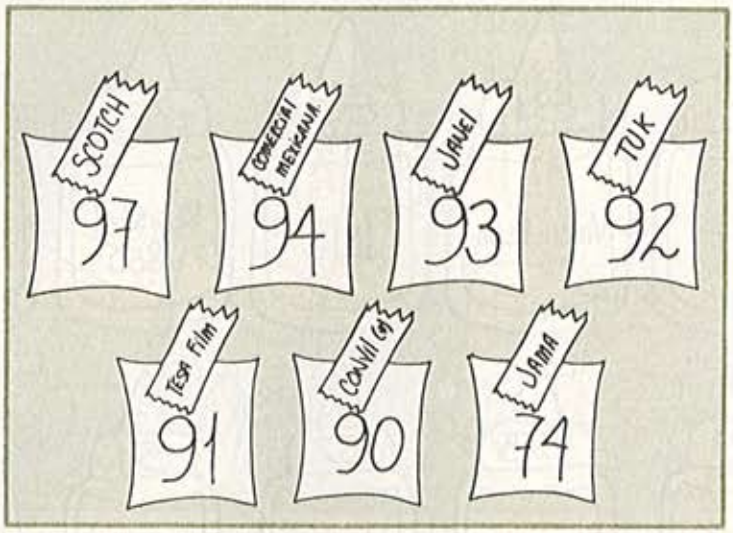
(*) Muestras del estado de Tamaulipas, adquiridas en la Papelería Victoria, Super Papelería de Descuento, Papelería Comercial, Papelería Tamaulipas y Comercial Papelera de Victo, S.A. de C.V.

(*) Muestras adquiridas en el estado de Nayarit en la Papelería Oportunidades, Papelería Alzimba, La Mariposa Popular, Oxford y Papelería El Contador

(■) Muestras adquiridas en el estado de Quintana Roo en las papelerías El Educador, El Escritorio y Plus Ultra

Evaluación global de calidad

• Cintas adhesivas •



Cintas adhesivas

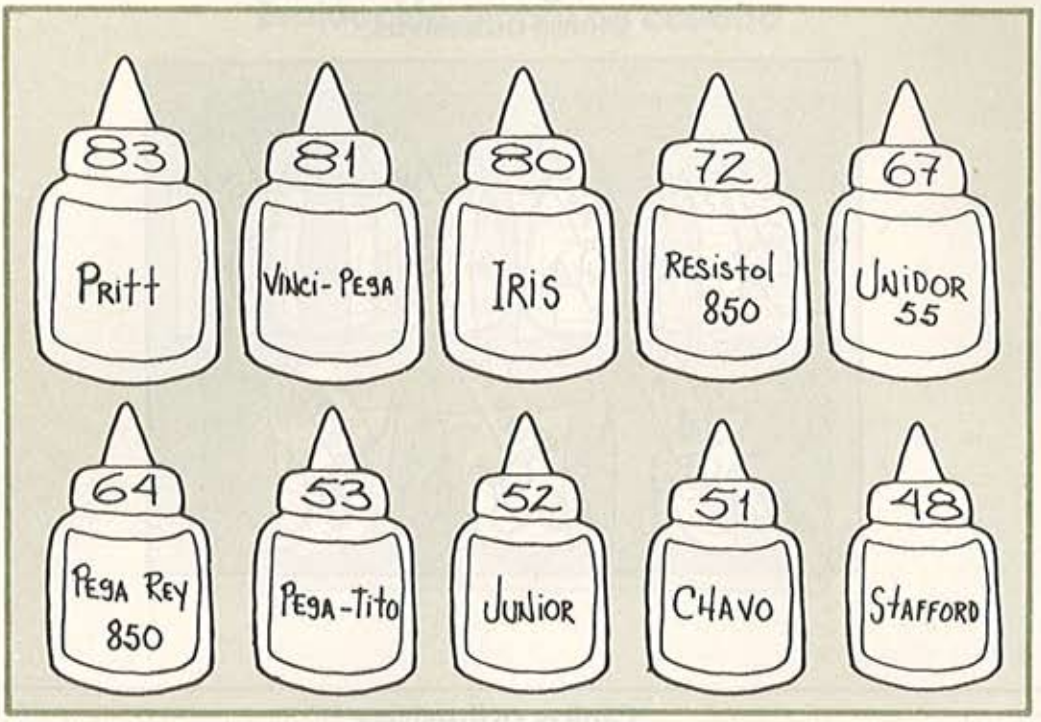
MARCA		SCOTCH	COMERCIAL MEXICANA	JANEL (•)	TUK (•)	TESA FILM	JAMA	CONVIL (*)
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA						INCOMPLETA
ACABADOS		SIN DEFECTOS	EMBOBINADO FUERZA DEL NUCLEO Y CON ONDULACIONES			MAL EMBOBINADO	EMBOBINADO FUERA DEL	LIGERAS ONDULACIONES NUCLEO Y CON ONDULACIONES
DIMENSIONES ANCHO x LARGO (mm x m)	INDICADAS	12 x 20	12 x 10	12 x 10	12 x 10	12 x 10	12 x 15	NO INDICADAS
	VERIFICADAS	12 x 20.4	12 x 10.2	12 x 10	12 x 9.8	12 x 9.9	12 x 10.9	12 x 9.7
HOMOGENEIDAD DEL PEGAMENTO (10% máximo)		IRREGULAR EN MENOS DEL 10%						
FUERZA DE DESEMBOBINADO (1.2 kgf máximo)		0.8	0.7	1.4	1.68	0.7	1.63	1.5
EFICIENCIA DE PEGADO	PAPEL (85% mínimo)	94	91	86	100	87	65	83
	CARTULINA (85% mínimo)	90	100	100	92	90	73	57
	PLASTICO (85% mínimo)	100	97	100	100	92	85	33
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		97	94	93	92	91	74	70

OBSERVACIONES:

(*) Muestras adquiridas en el estado de Nayarit.
(•) Incluye muestras del D.F., Nayarit y Quintana Roo

Evaluación global de calidad

• Pegamento blanco líquido •



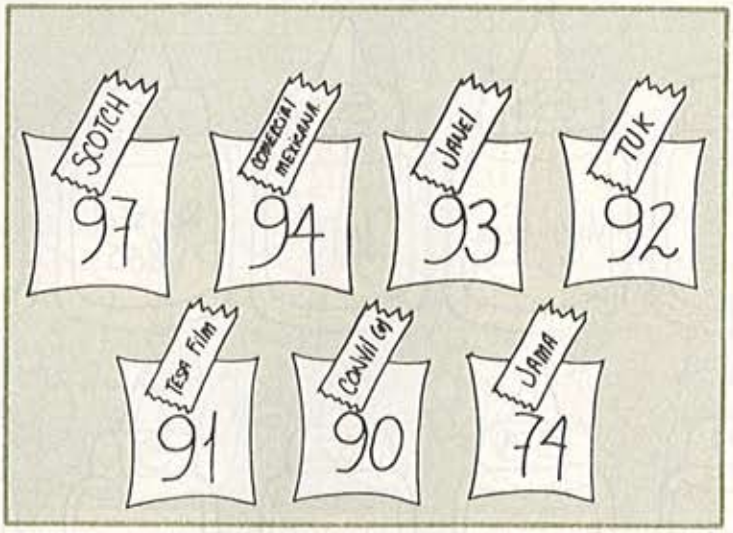
Pegamento blanco líquido

MARCA		PRITT (☆)	IRIS	RESISTOL 850 (★)	PEGA REY 850 (☆)	STAFFORD	CHAVO	JUNIOR (★)	VINCI PEGA (☆)	UNIDOR 55	SERVIS PANDA	PEGA TITO (★)
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INCOMPLETA		COMPLETA	INCOMPLETA			INCOMPLETA	COMPLETA		INCOMPLETA	
ACABADOS		SIN DEFECTOS			PRESENTA ADHESIVO PEGADO EN LA TAPA	SIN DEFECTOS	MALA IMPRESION	PRESENTA ADHESIVO EN LA BOCA DEL ENVASE	SIN DEFECTOS		PARTES DELGADAS EN EL ENVASE	MALA IMPRESION
CONTENIDO (gramos)	INDICADO	60	60	60	60	50	20	60	60	250	60	20
	VERIFICADO	59.82	54.55	58.31	51.23	46.45	19.89	52.80	61.30	242.62	59.65	18.31
EFICIENCIA DE PEGADO (%)	CARTULINA (95% mínimo)	53	50	48	56	44	55	74	71	59	100	56
	MADERA (95% mínimo)	67.0	89	49	84	57	15	72	71	100	73	75
	TELA (95% mínimo)	100	100	58	57	0	0	0	52	28	0	0
EFICIENCIA DEL APLICADOR (%)		100	100	100	100	90	100	100	100	100	100	95
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		83	80	72	64	48	51	52	81	67	72	53

OBSERVACIONES:
(★) Incluye muestras del D.F. y Quintana Roo
(☆) Incluye muestras del D.F., Nayarit y Tamaulipas

Evaluación global de calidad

• Cintas adhesivas •

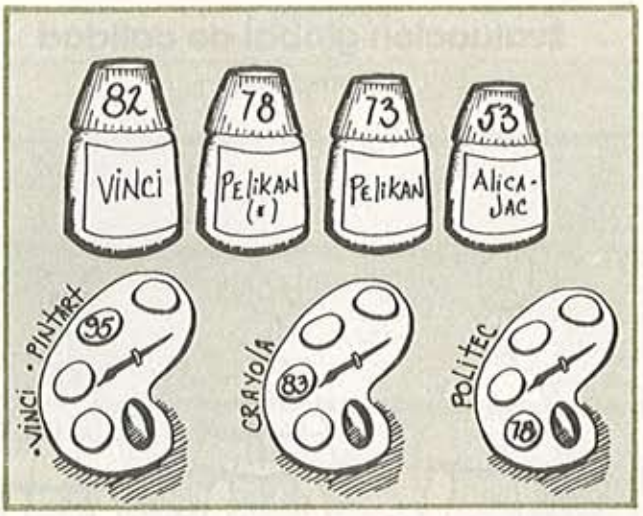


Cintas adhesivas								
MARCA		SCOTCH	COMERCIAL MEXICANA	JANEL (•)	TUK (•)	TESA FILM	JAMA	CONVIL (*)
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA						INCOMPLETA
ACABADOS		SIN DEFECTOS	EMBOBINADO FUERZA DEL NUCLEO Y CON ONDULACIONES			MAL EMBOBINADO	EMBOBINADO FUERA DEL	LIGERAS ONDULACIONES NUCLEO Y CON ONDULACIONES
DIMENSIONES ANCHO x LARGO (mm x m)	INDICADAS	12 x 20	12 x 10	12 x 10	12 x 10	12 x 10	12 x 15	NO INDICADAS
	VERIFICADAS	12 x 20.4	12 x 10.2	12 x 10	12 x 9.8	12 x 9.9	12 x 10.9	12 x 9.7
HOMOGENEIDAD DEL PEGAMENTO (10% máximo)		IRREGULAR EN MENOS DEL 10%						
FUERZA DE DESEMBOBINADO (1.2 kgf máximo)		0.8	0.7	1.4	1.68	0.7	1.63	1.5
EFICIENCIA DE PEGADO	PAPEL (85% mínimo)	94	91	86	100	87	65	83
	CARTULINA (85% mínimo)	90	100	100	92	90	73	57
	PLASTICO (85% mínimo)	100	97	100	100	92	85	33
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		97	94	93	92	91	74	70

OBSERVACIONES:

(*) Muestras adquiridas en el estado de Nayarit.
(•) Incluye muestras del D.F., Nayarit y Quintana Roo

Evaluación global de calidad



Acuarelas

MARCA		PINTART	VINCI (*)	CRAYOLA	VINCI (*)	PELIKAN (*)	POLITEC	PELIKAN (*)	ALICA-JAC
PRESENTACION		LIQUIDA			SOLIDA		LIQUIDA	SOLIDA	
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INCOMPLETA							
ACABADOS		SIN DEFECTOS							PASTILLAS SIN PEGAR
CONTENIDO NETO	INDICADO	20 ml	30 ml	22 ml	12	NO INDICA			12
	VERIFICADO	20	30.4	23	12	12	15.5	12	12
PRUEBAS DE APLICACION	TIEMPO DE SECADO (segundos)	287	218	291	96	60	242	90	38
	HOMOGENEIDAD DE APLICACION (%)	93	68	50	86	100	36	75	33
	CAIDA ACCIDENTAL (número de caídas)	–	–	–	7	3	–	2	12
	PODER CUBRIENTE (%)	61	95	60	45	81	68	48	12
	FIJACION DEL COLOR AL FROTE (%)	100	42	10	57.5	95	100	93	5
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		95	95	83	82	78	78	73	53

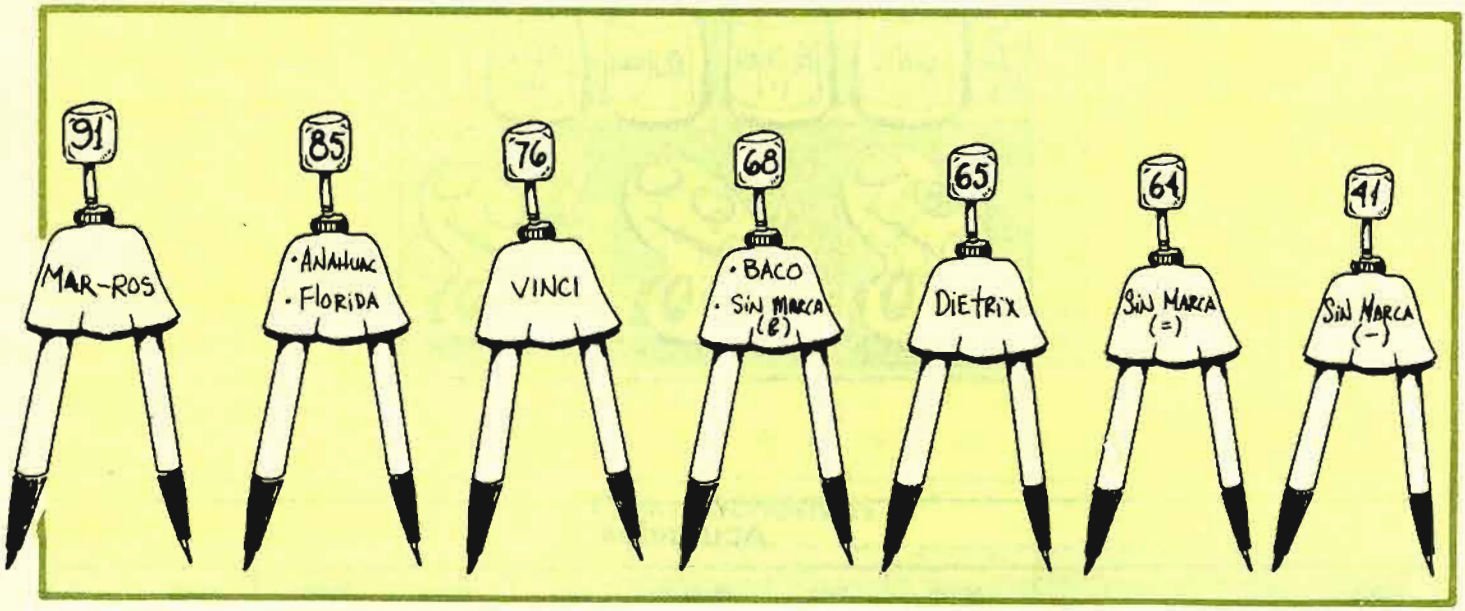
OBSERVACIONES:

(*) Producto importado de Alemania

(*) Incluye muestras del D.F., Quintana Roo, Tamaulipas y Nayarit

Evaluación global de calidad

• Compaces •



Compaces										
MARCA Y MODELO		MAR-ROS 200	FLORIDA 845	ANAHUAC 1709	VINCI 1320 (※)	SIN MARCA(★)	BACO C-106(•)	DIETRIX 1015	SIN MARCA(○)	SIN MARCA(=)
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA				INSUFICIENTE	COMPLETA		INSUFICIENTE	
ACABADOS		SIN DEFECTOS	LIGERAS REBABAS				REBABAS Y PARTES PUNZOCORTANTES		LIGERAS REBABAS	REBABAS Y PARTES PUNZO-CORTANTES
FUNCIONAMIENTO	CERRAR - ABRIR (1000 ciclos)	BIEN			REGULAR					MAL
	DESMONTAJE DE PUNTILLAS	REGULAR								
	TRAZABILIDAD DEL COMPÁS (%)	85	80	80	85	90	90	80	75	85
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		91	85	85	76	68	68	65	64	41

OBSERVACIONES:

(※) Incluye muestras del D.F. y del estado de Quintana Roo

(•) Incluye muestras del D.F. y del estado de Quintana Roo, Tepic y Tamaulipas

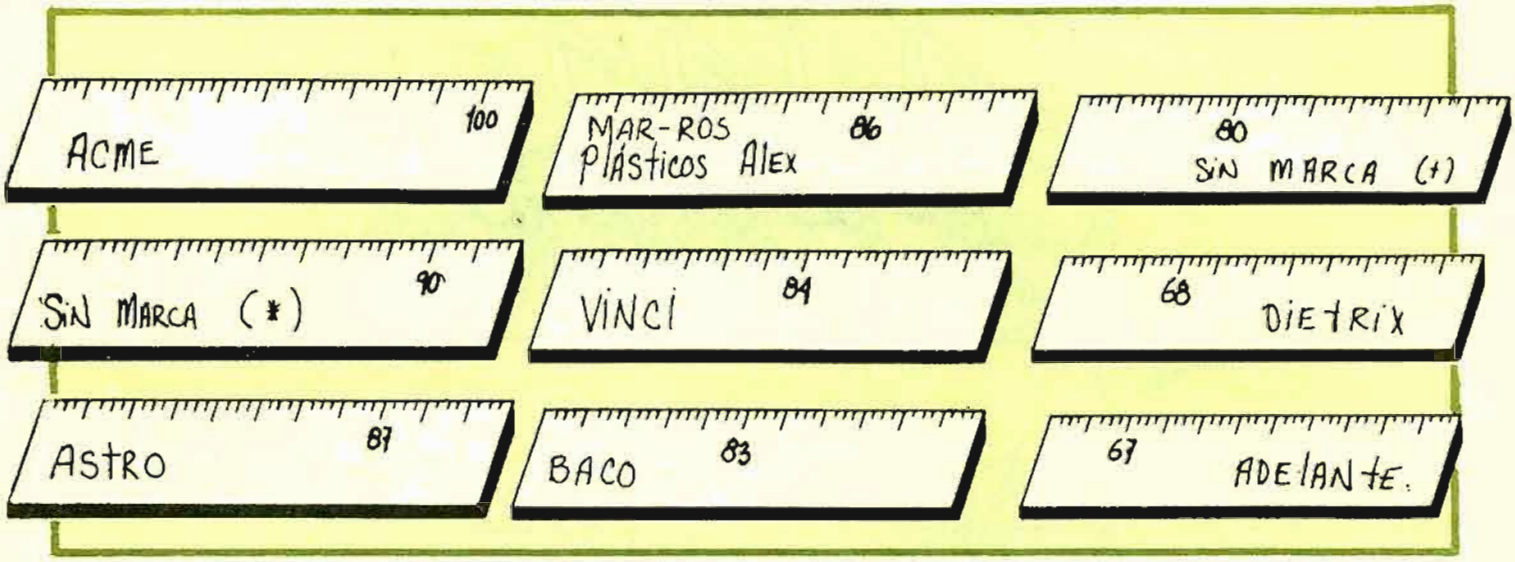
(■) Muestras adquiridas en la Papelería Victoria y Super Papelería de Descuento de Cd. Victoria, Tamaulipas

(○) Muestras adquiridas en la Papelería Atzimba, Papelería Oportunidades, Papelería El Águila, Central Papelera y Papelería El Aguila de Tepic, en Tepic, Nayarit

(★) Muestras adquiridas en la Librería y Papelería El Educador en Chetumal, Quintana Roo

Evaluación global de calidad

• Reglas •



Reglas

MARCA Y MODELO		ACME 1021	S/MARCA (☆)	ASTRO	PLASTICOS ALEX	MAR-ROS	VINCI	BACO 5030	S/MARCA (•)	DIETRIX 1017	ADELANTE AB
PRESENTACION		METALICA	PLASTICO								MADERA
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	NO PRESENTA	INCOMPLETA				COMPLETA	NO PRESENTA	COMPLETA	
ACABADOS		SIN DEFECTOS					PRESENTA REBABAS	PRESENTA IRREGULARIDAD EN EL ANCHO Y EN EL ESPESOR	PRESENTA REBABAS	DESALINEADA	MALA IMPRESION DE LA ESCALA, REBABAS Y PARTES PUNZO-CORTANTES
RESISTENCIA A LA RUPTURA (Fragilidad 10 kgf mínimo)		MAYOR DE 25 kgf (•)	MAYOR DE 25 kgf	4.0	3.25	3.5	5.75	4.5	6.25	4.75	MAYOR DE 25 kgf
FUNCIONAMIENTO	LINEALIDAD DEL TRAZO (Desviación 20% máximo)	0	0	0	0	0	0	0	0	32	35
	PRECISION DE ESCALA (Desviación ± 2 mm máximo)	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		100	90	87	86	86	84	83	80	68	67

OBSERVACIONES:

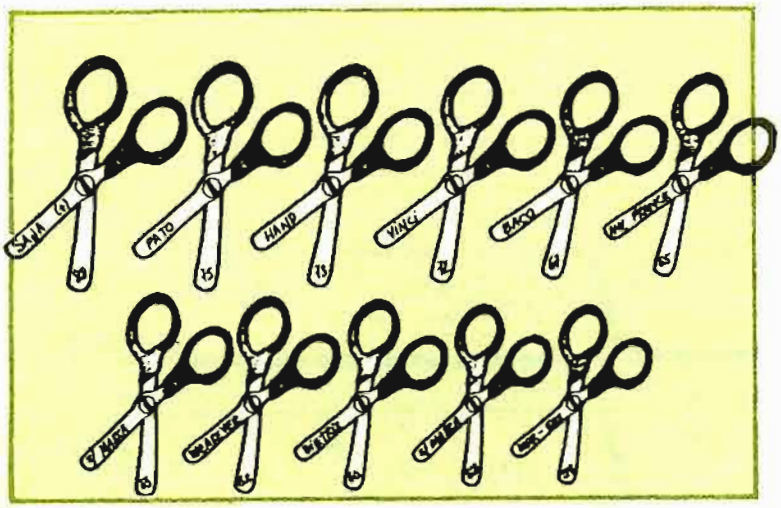
(☆) Importado de Taiwán y adquirido en la Librería y Papelería El Educador de Chetumal, Quintana Roo

(•) Muestras del estado de Tepic, Nayarit, adquiridas en la Papelería Atzimba, Papelería Oportunidades, La Mariposa Popular y El Aguila

(*) No se rompe, sólo se dobla

Evaluación global de calidad

• Tijeras •



Tijeras

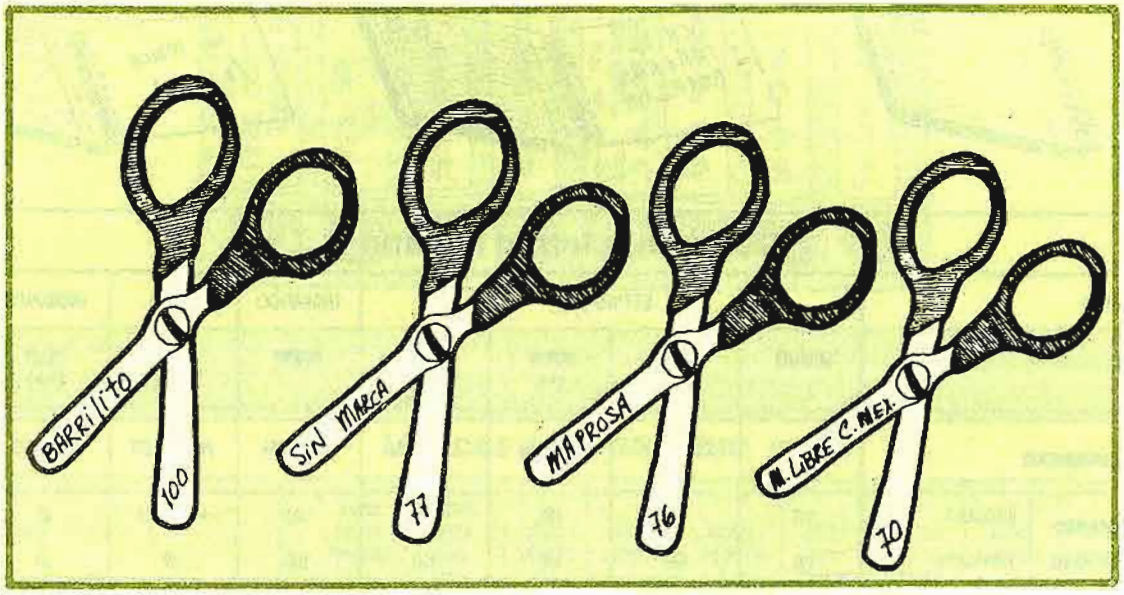
MARCA		SAJA (•)	PATO	HAND	VINCI	BACO (□)	AMC FRANCE	S/MARCA (·)	WEAREVER (☆)	DIETRIX	S/MARCA (•)	MAR-ROS
MODELO O TIPO		TIJERIN CON GOMA Y SACA-PUNTAS	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS		TOTAL-MENTE DE PLASTICO	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS	MOD. 4852	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS	TIJERAS METALICAS CON PLASTICO EN LOS EN LOS ORIFICIOS	
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	INCOMPLETA					NO PRESENTA	COMPLETA	INCOM-PLETA	NO PRESENTA	INCOM-PLETA
	PARTES PUNZO-CORTANTES	NO TIENEN PARTES RIESGOSAS						EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS	NO TIENEN PARTES RIESGOSAS			
ACABADOS	REBABAS	EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS	NINGUNA	EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS		NINGUNA	EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS				NINGUNA	EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS
	OXIDACIONES	NO TIENEN										LIGERAS
	ENSAMBLE	EJE AJUSTADO	EJE LIGERA-MENTE FLOJO	EJE FLOJO	EJE LIGERA-MENTE FLOJO	EJE FLOJO	EJE AJUSTADO		EJE FLOJO			EJE DESA-JUSTADO
EFICIENCIA DEL CORTE	PAPEL (%)	100	80	95	90	80	90	85	85	75	70	70
	ESTAMBRE (%)	45	20	11	12	16	0	39	0	34	10	5
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		88	75	73	72	67	65	63	62	60	58	54

OBSERVACIONES:

(•) Importado de España
(□) Incluye muestras del D.F., Nayarit, Tamaulipas y Quintana Roo
(·) Muestras del estado de Nayarit
(*) Incluye muestras del D.F. y Quintana Roo
(☆) Importado de Taiwán

Evaluación global de calidad

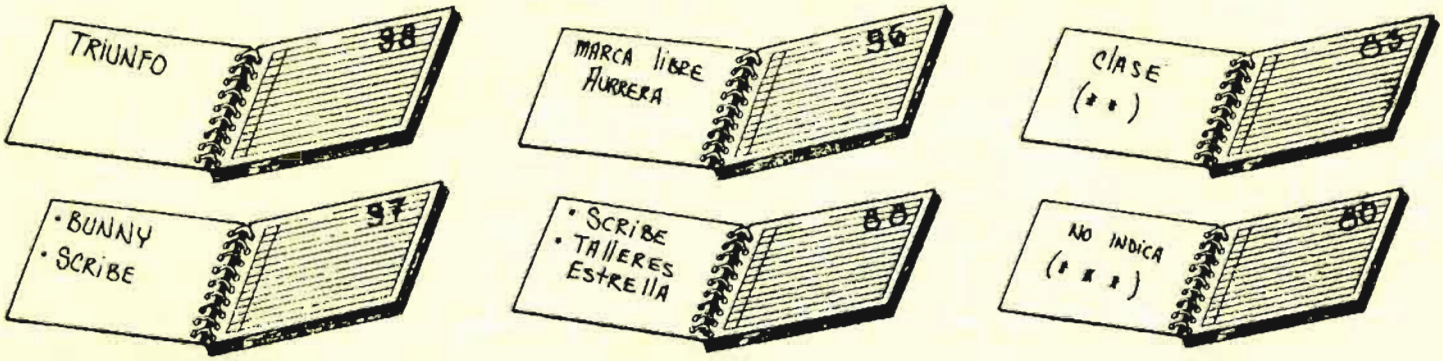
• Tijeras •



Tijeras					
MARCA		BARRILITO	SIN MARCA	MAPROSA	MARCA LIBRE COMERCIAL MEXICANA
MODELO O TIPO		1792 METALICA	METALICA CON PLASTICO EN LOS ORIFICIOS	TOTALMENTE METALICA	TOTALMENTE METALICA
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	NO PRESENTA	INCOMPLETA	INCOMPLETA
ACABADOS	PARTES PUNZOCORTANTES	NO TIENE PARTES RIESGOSAS			
	REBABAS	NINGUNA			EN ZONA DE OJOS DE LAS TIJERAS
	OXIDACIONES	NO TIENEN			
	ENSAMBLE	EJE AJUSTADO	EJE LIGERAMENTE FLOJO		EJE AJUSTADO
EFICIENCIA DEL CORTE	PAPEL (%)	100	85	85	85
	ESTAMBRE (%)	100	43	15	23
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		100	77	76	70

Evaluación global de calidad

• Cuadernos forma italiana •



Cuadernos forma italiana

TIPO DE ENCUADERNADO			ESPIRAL				ENGRAPADO	ESPIRAL	ENGRAPADO	COSIDO Y PEGADO
MARCA			TRIUNFO	BUNNY	SCRIBE (*)	MARCA LIBRE AURRERA	SCRIBE	TALLERES ESTRELLA	CLASE (**)	NO INDICA (***)
INFORMACION DEL CONSUMIDOR			COMPLETA	COMPLETA	COMPLETA	COMPLETA	COMPLETA	INCOMPLETA	COMPLETA	NO INDICA
	NUMERO DE HOJAS	INDICADO	100	100	100	100	100	NO INDICA	40	NO INDICA
		VERIFICADO	100	100	100	100	100	49	40	95
	DIMENSIONES DE LAS HOJAS (cm)	INDICADA	16 x 21.5	16 x 21.5	16 x 22	16 x 22	16 x 22	NO INDICA	14.8 x 21	NO INDICA
		VERIFICADA	16 x 21.5	16 x 21.5	15.8 x 21.8	16 x 22	16 x 20.8	16.5 x 21.7	14.8 x 20.8	14.9 x 20.5
ACABADOS	HOJAS		SIN DEFECTOS	IMPRESION BORROSA	PRESENTA ROTURAS	LIGEROS DOBLECES	PRESENTA ROTURAS	SIN DEFECTOS	IMPRESION DEFICIENTE	SIN DEFECTOS
	CUBIERTAS		SIN DEFECTOS				IMPRESION DEFICIENTE	SIN DEFECTOS	SIN DEFECTOS	
	ENCUADERNACION		SIN DEFECTOS						LIGERAS DEFICIENCIAS	
CALIDAD — HOJAS	PESO UNITARIO (g/m^2)	INDICADO	58	58	58	58	58	NO INDICA	48	NO INDICA
		VERIFICADO	57.0	57.4	57.60	56.3	56.5	58.4	50.93	48.52
	RESISTENCIA AL REVENTAMIENTO (1.5 kgf/cm^2 mínimo)		1.5	1.6	1.8	1.7	1.6	1.5	1.3	1.3
	PENETRACION DE LA TINTA (1 hoja máxima)		1	1	1	1	1	1	1	1
	EFICIENCIA AL BORRADO (99% mínimo)		100	100	100	99.5	99.3	99.7	100	99.1
CALIDAD — CUBIERTAS Y ENCUADERNACION (1)	RESISTENCIA DE PASTAS (20 kgf mínimo)		21.7	20.5	19.6	23.6	13.3	24.8	9.5	18
	COMPORTAMIENTO AL USO (%)		100	100	100	93	94	100	100	90
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)			**98**	**97**	**97**	**96**	**88**	**88**	**83**	**80**

OBSERVACIONES:

(*) Incluye muestras del estado de Quintana Roo y de Tamaulipas.

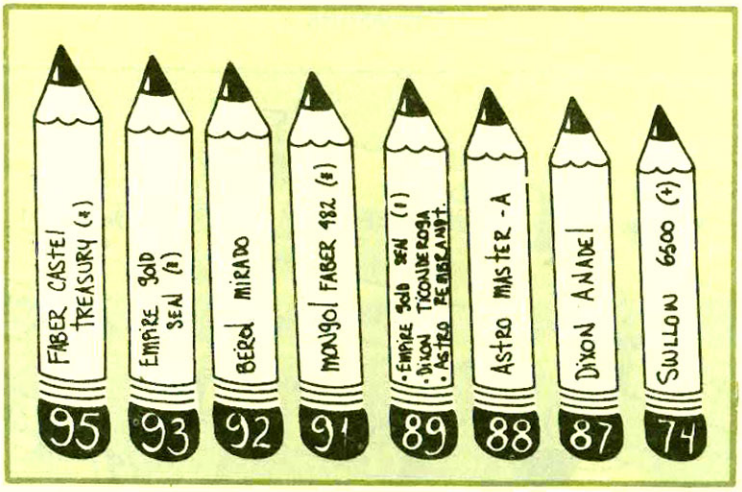
(**) Incluye muestras del estado de Quintana Roo

(***) Incluye muestras de Chetumal, Quintana Roo adquiridas en la Librería y Papelería El Educador

(1) No existe normatividad que regule estos parámetros; los valores establecidos obedecen a cifras promedio, obtenidas en estudios anuales realizados por el INCO en los últimos 6 años.

Evaluación global de calidad

• Lápices para escritura •



Lápices para escritura

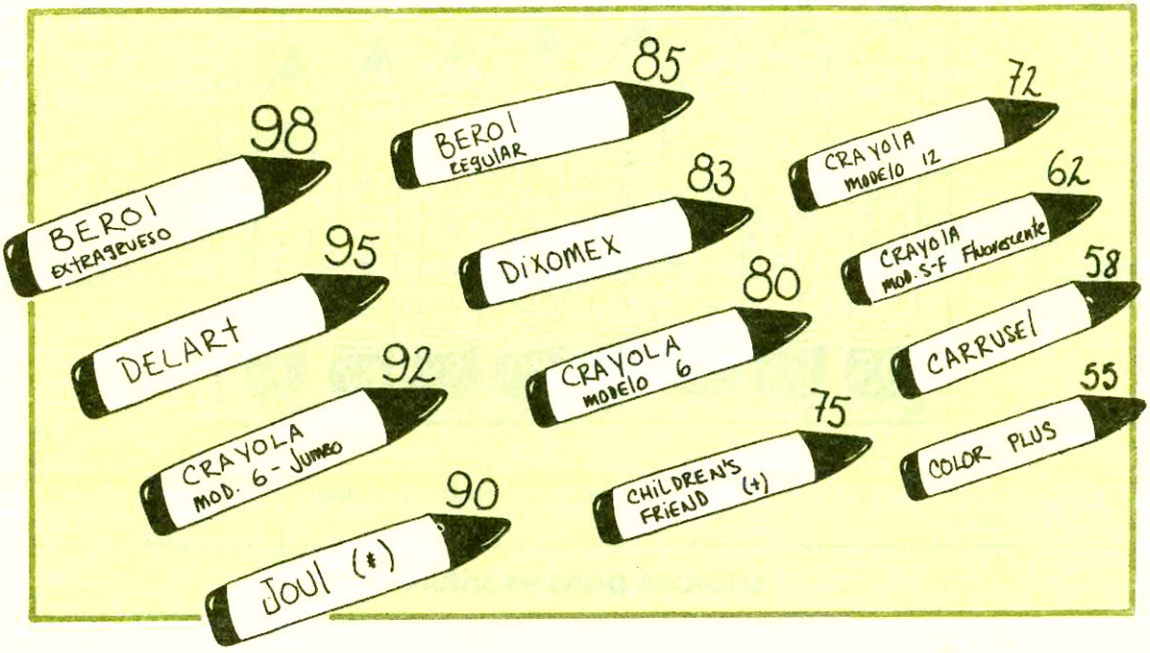
MARCA Y MODELO		FABER CASTEL TREASURY (*)	EMPIRE GOLD SEAL (*)	BEROL MIRADO (■)	MONGOL FABER 402 (*)	EMPIRE GARFIELD (*)	ASTRO REM-BRANDT	DIXON TICON-DEROGA (■)	ASTRO MASTER-A (★)	DIXON ANADEL (★)	SWILLON 6500 (•)
NUMERO DE LAPIZ		2	2	2	2	NO INDICAN	2	2	2	2	H.B.
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	INCOMPLETA	COMPLETA		INCOMPLETA	COMPLETA				INCOMPLETA
ACABADOS		NO TUVIERON DEFECTOS									
RESISTENCIA AL SACAR PUNTA (50 watts máximo)		10.4	10.3	10.3	10.4	10.4	10.3	10.3	10.2	10.4	10.3
INTENSIDAD DE ESCRITURA (80% mínimo)		95	79	86	77	80	82	87	84	89	95
RESISTENCIA DE LA PUNTILLA (1 kgf mínimo)		2.2	5.3	2.2	4.6	2.8	2.2	2.8	2.5	3.2	1.7
DURABILIDAD (metros de escritura)		1,125	1,116	1,097	1,120	950	1,050	1,190	983	1,134	1,125
FUERZA DE DESPRENDIMIENTO	GOMA (3 kgf mínimo)	3.3	3.4	3.5	3.7	2.5	3.1	3.3	3.2	5.1	2.4
	CASQUILLO (5 kgf mínimo)	7.6	6.4	7.2	6.5	18	6.3	10.6	11.9	6.8	3.6
EFICIENCIA DE BORRADO (85% mínimo)		95	88	90	97	85	96	60	85	75	90
DESGASTE DE LA GOMA AL BORRAR (3% máximo)		1	2.3	2.0	3.2	2.0	4.0	2.9	3.5	3.5	7
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)		95	93	92	91	89	89	89	88	87	74

OBSERVACIONES:

(*) Importado de E.U.A.
(•) Importado de China
(■) Incluye muestras del D.F., Quintana Roo y Nayarit
(★) Incluye muestras del D.F. y Quintana Roo

Evaluación global de calidad

• Crayones •



Crayones												
MARCA	**BEROL (■)**	**DELART**	**CRAYOLA (★)**	**JOVI (*)**	**BEROL (■)**	**DIXOMEX**	**CRAYOLA (★)**	**CHILDREN'S FRIEND (•)**	**CRAYOLA (★)**	**CRAYOLA (★)**	**CARRUSEL**	**COLOR PLUS**
TIPO O MODELO	CARMEN EXTRA-GRUESO	JUMBO No. 12	MOD. 6-JUM JUMBO	ART. 962/6	CARMEN REGULARES	VIVIDEL	MOD. 6	CC-302	MODELO 12	MOD. 8-F FLOURES-CENTES	NO PRESENTA	WALT DISNEY
INFORMACION AL CONSUMIDOR	INCOM-PLETA	COMPLETA			INCOMPLETA		COMPLETA	INCOM-PLETA	COMPLETA		INCOM-PLETA	COMPLETA
ACABADOS	SIN DEFECTOS			SIN ENVOL-TURAS Y CON PUNTAS ACHA-TADAS	SIN DEFECTOS					PRESENTA PUNTAS ACHA-TADAS	SIN DEFECTOS	PRESENTA PUNTAS ACHA-TADAS
RESISTENCIA A LA CAIDA (%)	98	73	83	63	80	72	65	83	80	60	63	63
DESGASTE (5% máximo)	1.3	1.3	1.4	1.0	1.7	1.7	2.2	2.0	3.1	3.5	4.9	5.1
DURABILIDAD (m^2)	6.30	6.30	4.9	5.25	3.15	2.9	2.45	1.05	1.75	1.4	1.05	1.05
UNIFORMIDAD AL ILUMINAR (85% mínimo)	89	87	84	100	98	92	83	85	94	81	84	82
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)	98	95	92	90	85	83	80	75	72	62	58	55

OBSERVACIONES:

(*) Importado de España

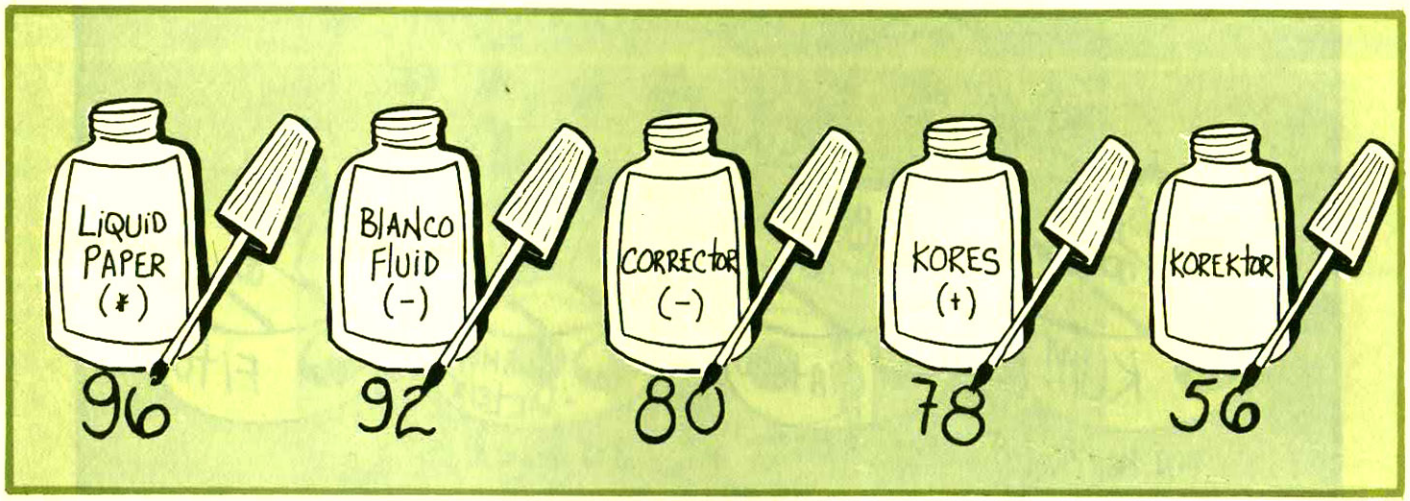
(•) Importado de China, adquirida en el estado de Quintana Roo

(■) Incluye muestras del D.F., Tamaulipas y Nayarit

(★) Incluye muestras del D.F., y Quintana Roo

Evaluación global de calidad

• Corrector líquido •



Corrector líquido

MARCA		LIQUID PAPER (⁂)	BLANCO FLUID (■)	CORRECTOR (■)	KORES (•)	KOREKTOR
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INCOMPLETA				
ACABADOS		SIN DEFECTOS			IMPUREZAS	
CONTENIDO NETO	INDICADO	30 g	20 ml	20 ml	20 cm^3	20 ml
	VERIFICADO	30.9	19.1	17.5	21.1	16.5
CAPACIDAD DE RECUBRIMIENTO (mínimo 95%)		100	100	98	87	50
TIEMPO DE SECADO (máx. 10 seg.)		17	27	42	24	38
UNIFORMIDAD DE LA CAPA CORRECTORA (90% mínimo)		100	100	90	80	50
ESCRITURA SOBRE LA CAPA CORRECTORA (Sin defectos)		Bien		Regular	Bien	Regular
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		96	92	80	78	56

OBSERVACIONES:

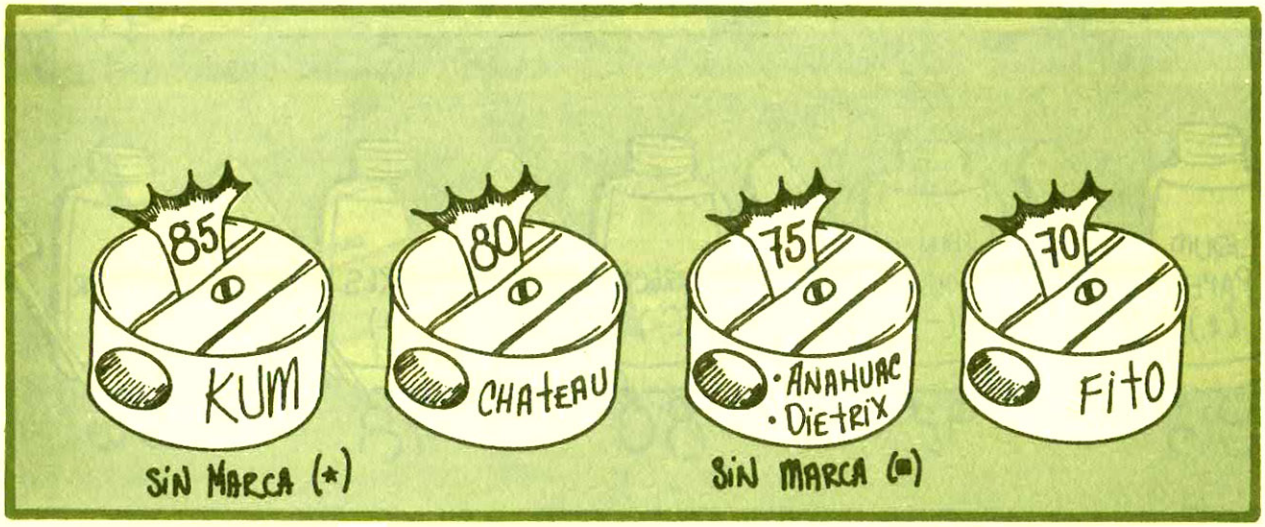
(⁂) Incluye muestras de los estados de Nayarit, Tamaulipas y Quintana Roo

(•) Incluye muestras de los estados de Nayarit y Quintana Roo

(■) Incluye muestras del estado de Nayarit

Evaluación global de calidad

• Sacapuntas escolares •



MARCA	KUM (*)	SIN MARCA (■)	CHATEAU	ANAHUAC	DIETRIX	SIN MARCA (•)	FITO
MODELO	238, 1660, 3040, 1870 Y 430	4, 5 Y 6	NO INDICA	625	NO INDICA	1 Y 33	3 y 11
PRESENTACION	PLASTICO Y METAL CON ENVASE PARA BASURA, VARIAS FORMAS	PLASTICO FORMAS CIRCULAR Y CORAZON	PLASTICO CON FIGURAS DE AVION, ELEFANTE Y CUADRADOS	VINIL Y Y PLASTICO, CON FIGURAS DE ANIMALES Y VEHICULOS	PLASTICO, EN FORMA CIRCULAR	PLASTICO, EN FORMA CUADRADA	PLASTICO, FORMAS CIRCULAR Y CUADRADOS
INFORMACION AL CONSUMIDOR	COMPLETA	INCOMPLETA		COMPLETA	INCOMPLETA	INCOMPLETA	COMPLETA
ACABADOS	SIN DEFECTOS	REBABAS	SIN DEFECTOS	REBABAS	SIN DEFECTOS	REBABAS	
RESISTENCIA A LA CAIDA	BUENA RESISTENCIA				FRAGIL	BUENA RESISTENCIA	
EFICIENCIA DEL AFILADO (%)	85	90	80	75	85	80	75
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 puntos máximo)	85	85	80	75	75	75	70

OBSERVACIONES:

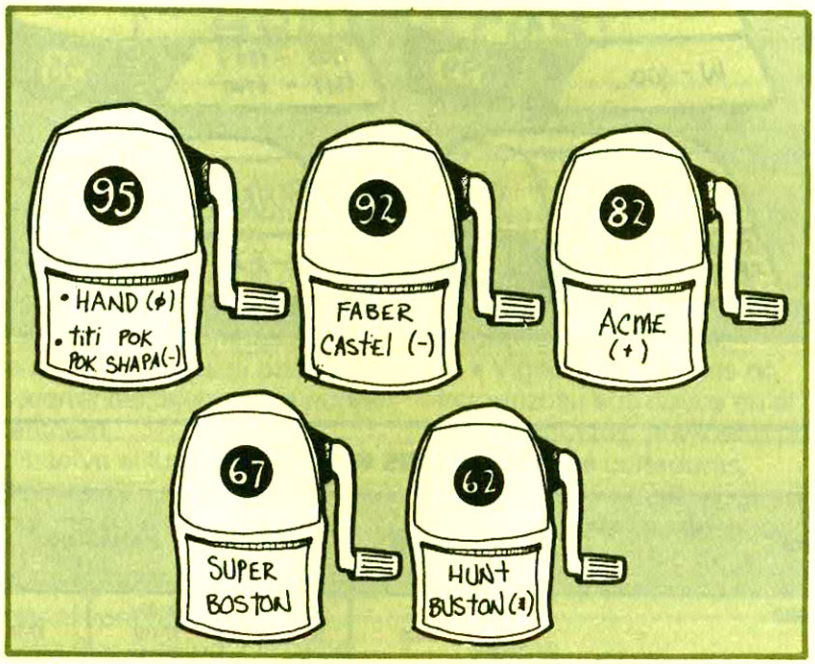
(*) Importado de Alemania

(•) Muestras del estado de Nayarit, adquiridas en Central Papelera, El Contador, El Águila, Oxford y Oportunidades

(■) Muestras del estado de Tamaulipás, adquiridas en Papelería Tamaulipas, Papelería Comercial y Victoria

Evaluación global de calidad

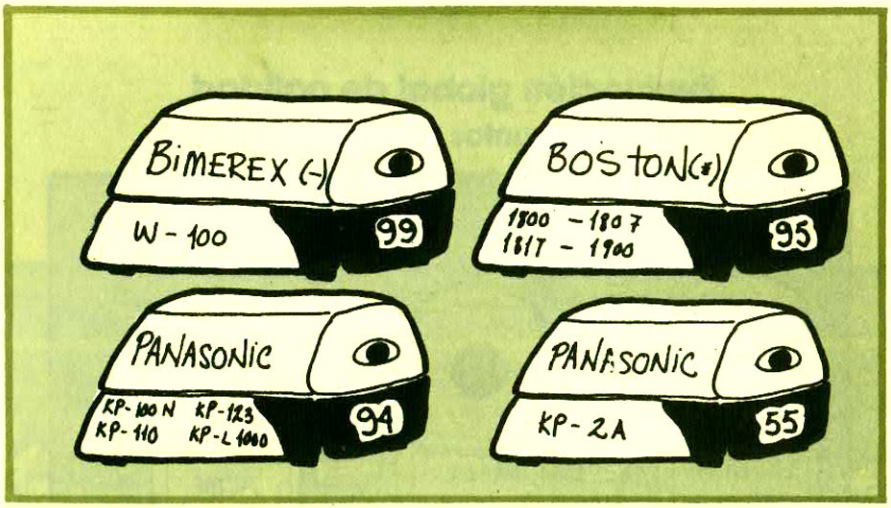
• Sacapuntas mecánicos •



MARCA		HAND (□)	TITI POK POK SHAPA (★)	FABER CASTEL (=)	ACME (•)	SUPER BOSTON	HUNT BUSTON (*)
MODELO		HS-152 HS-163	KI-700 KI-800	52-10-G	856 2017	KS	1083 KS 1031
INFORMACION AL CONSUMIDOR		INCOMPLETA		COMPLETA		INCOMPLETA	
ACABADOS		SIN DEFECTOS					REBABAS
DEPOSITO DE VIRUTA	REMOCION	DIFICIL	FACIL			DIFICIL	FACIL
	CAPACIDAD (cm^3)	194	150	122	88	218	142
RESISTENCIA A LA OXIDACION		BUENA RESISTENCIA		LIGERA OXIDACION			
EFICIENCIA DE	OPERACION (%)	100	100	100	100	100	100
	AFILADO (%)	95	97	90	85	75	75
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)		95	95	92	82	67	62

Evaluación global de calidad

• Sacapuntas eléctricos •



Sacapuntas eléctricos						
MARCA			**BIMEREX (■)**	**BOSTON (*)**	**PANASONIC (•)**	
MODELO			W-100	1800, 1807, 1817 y 1900	KP-100N, KP-110 KP-123 Y KP-L1000	KP-2A
PRESENTACION			DE PILAS Y CORRIENTE (SIN ELIMINADOR)	CON INTERRUPTOR Y FOCO INDICADOR DE AFILADO		DE PILAS 6 V.C.D.
INFORMACION AL CONSUMIDOR			COMPLETA		INCOMPLETA	
ACABADOS			SIN DEFECTOS			
SEGURIDAD ELECTRICA	**SECO**		SIN RIESGOS			
	HUMEDO		SIN RIESGOS			
PRUEBAS MECANICAS	**CABLE**		ES DE PILAS, NO TIENE CABLE	AUTOEXTINGUIBLES, BIEN SUJETOS, PERO LONGITUD MENOR A LA NORMATIVA		ES DE PILAS NO TIENE CABLE
	INTERRUPTOR		CALIFICARON BIEN			
TENSION DE ALIMENTACION (127 Volts ± 10%)			6 V.C.D.	115	120	6 V.C.D.
PRUEBAS ELECTRICAS	**CONSUMO DE ENERGIA (watts)**	**INDICADO**	800 mA	NO INDICA	70	NO INDICA
		VERIFICADO	820 mA	100	75	730 mA
EFICIENCIA DE AFILADO (%)			95	95	100	0
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (máximo 100 puntos)			99	95	94	55

OBSERVACIONES:

(*) Importado de E.U.A. (•) Importado de Japón (■) Importado de Hong Kong

¡Para sacarle mayor provecho a los útiles escolares!

Reglas y compaces

• Compruebe que el impreso de la escala sea claro, uniforme y que no se borre al ser frotado.

• Verifique que la regla no esté chueca, agrietada o pandeada.

• Revise que el compás no presente oxidaciones ni partes punzocortantes, ajenas a la punta del centrado.

• Observe el funcionamiento correcto del compás; el movimiento de abrir y cerrar no debe dificultarse.

• Procure tener un estuche para guardar el compás.

• Evite tirar o golpear la regla porque se deforma, provocando que las líneas que se tracen con ella queden mal.

Sacapuntas

• Los sacapuntas con formas de animales, muñecos, coches, etcétera, no son los mejores pero sí los más caros.

• Prefiera aquellos que se vendan con empaque y revise que no tengan indicios de oxidación o cuarteaduras.

• Verifique que la navaja esté bien fija, que no tenga oxidaciones y que la conicidad donde entra el lápiz no presente rebabas que impidan un buen afilado.

• De ser posible, sáquele punta a un lápiz para verificar su correcto funcionamiento y observe que no se quiebre la puntilla ni se astille la madera.

•Evite introducir en el sacapuntas otros objetos, porque dañan la navaja.

• No lo moje; recuerde que el agua lo oxida y lo hace perder filo.

• No permita que el sacapuntas se caiga porque la navaja se puede romper o astillar.

• Vigile que los niños no introduzcan sus dedos en el orificio del sacapuntas, pues esto puede ocasionarles cortaduras.

• Al afilar su lápiz, no presione mucho porque puede producir melladuras en el filo de la navaja u ocasionar que la punta se rompa.

Tijeras

• Elija las tijeras con puntas redondeadas, pues son más seguras.

• Verifique que las hojas de corte no estén oxidadas.

• Compruebe que el ensamble de las hojas sea correcto, que no tengan mucho juego o estén muy apretadas.

• Practique algunos cortes antes de comprarlas, incluso en cuatro hojas juntas; así comprobará si tienen filo.

• Evite mojarlas para que no se oxiden.

• Procure guardarlas en su estuche para no dañarlas y prevenir accidentes.

Cintas adhesivas

• Recuerde que la cinta adhesiva para uso escolar se

vende en rollos de tamaño chico, de 1.0 a 2.5 metros y de 10 metros. De ser posible adquiera el rollo grande, pues al inicio de clases es necesario para forrar cuadernos y libros; luego le será útil para algunas actividades escolares.

• Observe que la cinta esté bien enrollada, uniforme y que no tenga ondulaciones; de preferencia, que venga en empaque individual.

• Haga un pequeño doblez después de usarla, para que sea más fácil desprenderla.

• No exponga las cintas adhesivas a los rayos del sol ni a la humedad excesiva, ya que pueden provocar deformaciones, resequedad y que pierdan eficiencia.

• Prefiera aquellas cintas que se vendan con empaque, pues éste las protege contra el polvo y la humedad.

• No adquiera cintas que se vendan a granel (sin empaque), ni aquellas que tengan partículas extrañas adheridas a los lados, ya que la eficiencia de pegado no será buena.

• Es recomendable que las superficies que se van a unir estén libres de polvo y partículas extrañas; así obtendrá mejores resultados en el pegado.

Pinturas de agua tipo "vinci", líquidas y de pastilla

• Verifique que las pinturas del tipo pastilla no estén agrietadas, manchadas o rotas.

• Procure no tirarlas pues son de material frágil.

• Al terminar de usarlas, séquelas con un papel absorbente (sin frotarlas) y no las exponga al sol.

• Revise que los frascos de las pinturas líquidas no estén secos; al terminar de usarlos tápelos bien.

Plastilina

• Revise que no esté muy dura o cuarteada, pues esto significa que perdió humedad y al manejarla se desmoronará.

• Al utilizarla, asegúrese de que la superficie donde la colocará esté libre de polvo, basura o agua.

• Al terminar de usarla, de preferencia guarde cada color por separado en bolsitas de plástico; de esta manera evitará que se sequen y mezclen los colores.

Crayones

• Verifique que el empaque indique la marca, cantidad, tamaño y la leyenda "No tóxico", entre otros datos.

• Compruebe que el contenido esté completo y que no existan piezas con la punta rota o fracturada.

• No presione muy fuerte al iluminar, pues la punta se puede romper.

• No los use sobre superficies rugosas porque se gastan rápidamente.

• Refuerce la envoltura con cinta adhesiva; así evitará que se fracturen.

• Para sacarles punta, es mejor usar un sacapuntas adecuado; el utilizar navajas o cuchillos puede ocasionar accidentes.

• Proteja los crayones de los rayos del sol y no los deje en lugares calientes porque se ablandan y se deforman.

• Guárdelos siempre en su caja.

Cuadernos

• Observe que el encuadernado, ya sea que esté engrapado, cosido y pegado o engargolado (espiral), tenga firmeza tanto en la pasta como en las hojas.

• Verifique que no existan hojas sin impresión, dobladas, manchadas o con perforaciones que impliquen desperdicios.

• Los cuadernos con mayor gramaje son adecuados para escribir con tinta ambos lados, pues sus hojas son más gruesas y no se pasa la tinta.

• No pase las hojas con el dedo mojado, porque puede borrarse lo que tiene escrito o despintarse la impresión.

• Evite borrar con la goma mojada o haciendo mucha presión, ya que se puede rasgar o manchar la hoja.

• No exponga a los rayos del sol los cuadernos que tienen espiral de plástico, porque se puede partir y deformar.

• Para protegerlos fórrelos con plástico.

Pegamentos líquidos

• Utilice sólo la cantidad necesaria.

• Prefiera aquellos que cuenten con aplicador y en la presentación más chica.

• El tamaño grande es conveniente para rellenar el recipiente pequeño, cuando sea necesario.

• Tape muy bien el pegamento para evitar que se seque.

• Mantenga limpia la tapa y el aplicador para que pueda abrir y cerrar sin dificultad.

• Cuide que los niños no se lleven las manos a la nariz o a la boca cuando utilicen el pegamento, esto les puede causar daños.

• Después de usar el pegamento, mantenga cerrado el recipiente.

Sacapuntas eléctricos y manuales de palanca

• Antes de comprarlo exija que le muestren su correcto funcionamiento.

• Verifique que el cuerpo del sacapuntas no presente defectos y que el cordón sea del tamaño adecuado. En el caso de productos de importación observe que el enchufe se adapte a las instalaciones normales de una casa habitación.

• Asegúrese de que el receptor de basura entre y salga con facilidad.

• Para sacapuntas de tipo manual de palanca, verifique que ésta gire sin dificultad; de preferencia pruebe sacando punta a un lápiz.

• Compruebe que al usarlo tenga buena estabilidad y prefiera

aquellos que cuenten con algún sistema de sujeción.

Correctores líquidos

• Verifique que el corrector no esté seco y que no presente grumos o una consistencia espesa, ya que significa que se está secando.
• Antes de utilizarlo lea las instrucciones de uso que indica el fabricante.
• Para evitar que el producto se seque no lo deje destapado.
• Permita que el corrector se seque completamente antes de volver a escribir en el lugar donde lo aplicó.
• No aplique mucho corrector porque podría quedar una "plasta". Si es necesario aplicar una segunda capa, espere a que seque completamente la primera.

Lápices

• Revise que la madera esté bien unida a todo lo largo y que no presente abolladuras ni despostilladas, pues existe la posibilidad de que la mina esté fracturada y se rompa cuando le "saque" punta.
• Seleccione el lápiz adecuado para el uso que le vaya a dar, recuerde que hay lápices de punta dura, mediana y suave.
• Observe que la unión de la goma y el casquillo esté bien sujeta.
• Revise que la goma no presente grietas ni esté muy dura, puede no borrar bien o manchar el papel al borrar.
• No afile mucho la punta porque se rompe fácilmente.
• No presione con fuerza al escribir, esto provoca que la punta se rompa.
• Evite sacar punta con cuchillos o navajas, pues puede causar fracturas en la madera y el grafito o, incluso, sufrir una lesión.
• Evite que se caigan porque el grafito se fragmenta.
• Cuide que los niños no jueguen con el lápiz, que no lo muerdan ni lo dejen caer.
• No moje la punta del lápiz ni la goma para escribir o borrar.

Papel lustre, crepé, china y cartulina

• Revise que no presenten defectos tales como manchas, decoloraciones, roturas, agujeros, arrugas, astillas o fibras gruesas.
• Evite doblarlos para que no queden marcas.
• Cuando necesite hacer cortes en el papel, hágalo con las tijeras y evite hacerlo con las manos o con una regla.
• Enrolle el papel sobrante y de preferencia cúbralo con plástico; esto le ayudará para conservarlo en buenas condiciones.